

NETFLIX

UNA PANTALLA
que te saca de aquí

Efraín Ascencio Cedillo
María Teresa Garzón Martínez
Martín de la Cruz López Moya
(editores)

NETFLIX

Una pantalla que te saca de aquí

NETFLIX

Una pantalla que te saca de aquí

Efraín Ascencio Cedillo
María Teresa Garzón Martínez
Martín de la Cruz López Moya
(editores)



Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas
Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica

791.45
N47

NETFLIX. Una pantalla que te saca de aquí / Editores Efraín Ascencio Cedillo, María Teresa Garzón Martínez, Martín de la Cruz López Moya.-- 1a. ed.-- Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, 2021.

220 páginas: 17x23 centímetros. Formato digital.

ISBN: 978-607-543-129-1

1. Televisión – Aspectos sociales – Influencia. 2. Televisión – Interacción social. 3. Sociología de la comunicación – Televisión.

I. Ascencio Cedillo, Efraín, editor. II. Garzón Martínez, María Teresa, editora. III. López Moya, Martín de la Cruz, editor.

Primera edición: enero de 2021.

D.R. © 2021, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

1 Av. Sur Poniente 1460

29000, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México

www.unicach.mx

Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica

Calle Bugambilia 30, Fracc. La Buena Esperanza

29243, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México

Tel. y fax: (52 967) 678 6921, ext. 139

www.cesmecca.mx

editorial.cesmecca@unicach.mx

ISBN: 978-607-543-129-1

Impreso en México / Reservados los derechos

Diseño de portada: Efraín Ascencio Cedillo



CONTENIDO

SUGERENCIAS PARA TI	11
Efraín Ascencio Cedillo	
María Teresa Grazón Martínez	
Martín de la Cruz López Moya	
CAMBIAR DE PERFIL	
Del videoclub al <i>streaming</i>	
Ana Alejandra Robles Ruiz	25
Antes de Betamax, TV y nada más: medios físicos y Netflix	
Joaquín Sanabria	39
Atracón en los límites: historias frente a la (pos)televisión	
Vladimir González Roblero	50
VISTOS RECIENTEMENTE	
<i>Streaming way of life</i> : de la decadencia nacionalista a la netflixmanía	
Raciel D. Martínez Gómez	67
Una verdad revelada no implantada	
Paula L. Amaya Velandía	84
¿Por qué no tengo una suscripción en Netflix? Y el cine como obra de arte	
Miguel Garzón Martínez	96
NUEVOS LANZAMIENTOS	
Del cuerpo y otras figuraciones de futuro	
Manuel Roberto Escobar	105
Espejo negro: sobre Tinder, el amor y otras perversiones	
Elizabeth Aracely Pérez Bezares	119

Narrativas mutantes: las otredades en desafío Juan Pablo Zebadúa Carbonell y Sergio E. Echeverry Díaz	132
Pelear con los ángeles desde el fango: una misión de rescate en <i>Altered Carbon</i> María Teresa Garzón Martínez	149
BUSCAR	
Consumo mediático, localismos y cosmopolitismos: la serie brasileña <i>Cosa más linda</i> Simone Luci Pereira, Clarice Greco y Gustavo Souza	163
Roma: de la nostalgia a la empatía política con la situación de las trabajadoras del hogar indígenas Astrid Julieth Cuero Montenegro	178
Todo espacio académico necesita una Wendy Rhoades Sandra Cañas Cuevas	189
Estocolmo: ¿fijarse en el hombre equivocado en el peor momento posible? María Angélica Garzón Martínez	199
PROGRAMAS DE TV	215

Efraín Ascencio Cedillo, colega, maestro y amigo, quien
con su amplia generosidad, nos compartió su especial sensibilidad
por las imágenes, el cine, la televisión
y las diversas narrativas que ahí se van entramando.
Su seducción por ver, escuchar y conversar,
siempre acompañado de un buen café y una sonrisa honesta,
hicieron que se fuera gestando esta aventura colectiva
ahora convertida en libro.
Efraín ha sido motor e inspiración
y sin él nada de esto hubiera sido posible.

Gracias por tanta generosidad, Efra. ¡Va que va!

(22 de noviembre de 1967, Guadalajara, Jalisco-21 de septiembre 2020,
San Cristóbal de Las Casas, Chiapas).

“Kala: Esa es una televisión muy grande.

Cepheus: ¡Ah, sí! Samsung SMT 4023, 42 pulgadas, mejor valor, gama de colores y resolución.

Kala: ¿Te puedo hacer una pregunta?

Cepheus: Por supuesto.

Kala: La primera vez que fui a una casa así, en Bombay, no tenían camas, pero tenían una televisión igual de grande. ¿Cómo una televisión puede ser más importante que una cama?

Cepheus: ¡Ah! Es simple: la cama te deja en el suburbio, la pantalla te saca de aquí”.
Sense8, primera temporada, hermanas Wachowski y J. Michael Straczynski, 2015

SUGERENCIAS PARA TI

Efraín Ascencio Cedillo
María Teresa Garzón Martínez
Martín de la Cruz López Moya

I

Y si es cierto que la pantalla nos saca de aquí, ¿a dónde nos lleva? Este libro nació como un juego en el momento mismo en que coincidimos quienes editamos esta obra en la pasión por las imágenes, la cultura popular, la televisión y, claro, por Netflix. Nos cruza una experiencia generacional: nacimos en el mundo de la radio, el cine, la televisión, el betamax, el VHS, el vinilo y las cámaras fotográficas análogas, y nos vimos obligados, pero también seducidos, a mutar según muta la tecnología, conservando en ese devenir ciertos rituales, ciertas memorias, ciertas nostalgias: el sillón de la sala de televisión, el aparato de TV que ya no sirve, el último BluRay comprado, el relato de las incursiones infantiles a la videotienda, la imposibilidad de deshacernos del todo de la televisión por cable o abierta (pues ¿cómo se puede ver el partido de fútbol en vivo?). También nos une, es preciso decirlo, uno que otro peccadillo delicioso que, quisiéramos pensar, opera como forma de hacer resistencia: “anoche vi toda la temporada de *Vikingos* —¡atracción vikingo!— y hoy no pude llegar temprano al trabajo”. Y, por último, nos hermana un vocabulario ahora compartido: basta con decir “atracción”, *scrolling* o *spoiler* para comprender a qué nos referimos. Así que nos decidimos a plantear una propuesta que funcionara como condición de posibilidad: “y si hacemos un llamado a escribir sobre Netflix y construir un libro pensado desde la experiencia vivida, en primera persona o de manera polifónica, con ejercicios autoetnográficos, que dé cabida a la experimentación y a la creación, y sitúe lo que nos apasiona como materia de reflexión bajo una misma consigna”: Netflix puede ser una pantalla que te saca de aquí. Sin embargo, ¿qué significa eso?

II

En primer lugar, significa la necesidad de insistir en un hecho ya incuestionable: los consumos mediáticos —hoy entendidos como consumos culturales—, articulados con las tecnologías de comunicación contemporáneas, son fundamentales porque sustentan buena parte del mundo discursivo que da sentido a las prácticas de vida, a las representaciones del sí mismo y a los imaginarios del mundo, sus regímenes de poder y proyectos de contestación, los cuales se dan cada vez más en contextos cotidianos ampliamente cruzados por la cibernética, sus soportes, sus medios. En consecuencia, poner el dedo en las prácticas de consumo en general, y de consumo cultural en particular, todavía es cardinal en la tarea de comprender nuestros mundos imaginarios, simbólicos y reales, sus sentidos, organizaciones y relaciones de poder, donde pueden emerger, o no, órdenes particulares de producción de subjetividades, identidades y pertenencias, como se podrá observar en lo expuesto en diferentes capítulos. No obstante, este libro no pretende dar cuenta de grandes debates sobre los consumos culturales, más bien expone preguntas, discusiones e ideas más localizadas, siempre en relación con el deseo que establece nuestro ser “consumidores” de aquello de lo que hablamos, lo que, al final de cuentas, nos convierte en escritores y personajes de nuestras propias tramas narrativas, las cuales bien pueden abarcar varias temporadas. En suma, nos articula la pregunta risueña sobre qué hacen las y los “académicos” pegados a la pantalla de televisión, cuando deberían estar haciendo algo “sustantivo” en beneficio de la humanidad.

En segundo lugar, significa la necesidad de situar la experiencia de lo que han representado las transformaciones tecnológicas para las personas y, en especial, para aquellas generaciones denominadas X y los *millennials*, que abarcan el periodo de los años 1961 al 2005. Referimos estas generaciones no sólo porque pertenecemos a ellas de algún modo, o tal vez sea mejor decir, estamos cercanos a ellas, sino también porque han experimentado el rápido cambio de la televisión análoga, y sus tiempos lentos, a los sistemas de *streaming* y su inmediatez, pasando por la aventura que supuso visitar videotiendas como Blockbuster o aprender a usar internet. En consecuencia, las personas que escribimos en este libro hemos sido testigos de transformaciones trascendentales, irreversibles seguramente, en nuestra calidad de consumidores, agentes y gestores de los procesos de creación, circulación y consumo de producciones mediáticas, que ahora se orientan al negocio de la “televisión a la carta”, la comunicación “posmasiva”, y a públicos a quienes se les exige interacción en páginas web, redes sociales, entre otros. Tales transformaciones también se dan en los términos más amplios de organización de la vida, de condiciones de la existencia y de relaciones intersubjetivas, en

ámbitos sobre todo urbanos, donde ahorrar tiempo, espacio y esfuerzo parece ser fundamental, inclusive en los limitados momentos de ocio.

Por ello insistimos en hablar desde la experiencia situada no como simple punto de vista, sino como el mar epistémico y metodológico en el cual anclar nuestras palabras y los matices que éstas conjugan, pues en este libro nos encontramos personas localizadas en diferentes y diversas coordenadas de la existencia y de las geografías de Latinoamérica. En consecuencia, estamos ante un fluir de pensamientos y sentires heterogéneos, que a veces se encuentran y a veces no, los cuales tienen el potencial de exponer, de nueva cuenta, las complejidades que supone reflexionar sobre el campo cultural, los consumos mediáticos y sus industrias en el mundo de hoy, especialmente cuando hacemos el ejercicio de ligar todo esto a las prácticas concretas de la existencia y la vida cotidiana, incluidas memorias, expectativas, gustos y pasiones. En ese sentido, Netflix se constituye como un “objeto” polémico, rebosante de deseo y debate.

En tercer lugar, lo que Netflix es y significa no se explica únicamente en términos de “modelo de negocio”, como industria cultural para el entretenimiento o para el desarrollo tecnológico, sino también como fenómeno social: en países como México o Brasil se encuentra el mayor número de sus consumidores en nuestro territorio; en Colombia, según informa Paula L. Amaya Velandia en este mismo libro, ya se le dio el nombre de Netflix Jesús a un niño. Así las cosas, no nos enfrentamos a un mero mecanismo distractor en tiempos de ocio, sino que hay algo más: la representación de lo humano, sus sistemas de poder, sueños, aspiraciones, deseos y pesadillas. Es posible, en este sentido, que ese “algo más” tenga que ver con que en este modelo los temas privilegiados para construir historias y narrativas se han ampliado al punto que asuntos otrora censurados ahora son materia de varias series: *Sense8* (Wachowski y Straczynski, 2015), *Altered Carbon* (Kalogridis, 2018), *Sex Education* (Nunn, 2019), *Dear White People* (Simien, 2017), sólo por nombrar algunas. También es posible que ese “algo más” no sea sino otra forma de cooptar la diversidad cultural y los sentires del mundo a partir de un dudoso empoderamiento sin censura y sin exclusividad.

Por último, los mensajes recibidos por medio de las series, las películas y los programas de nuestra preferencia inauguran posibilidades de lectura con las cuales se otorgan nuevos sentidos a esos mensajes, otras formas de ver, y por lo tanto, interpretaciones que casi siempre exceden al mismo relato que presentan. En ese sentido, como sucede con toda imagen, narración o historia, venga de donde venga, Netflix exige una lectura de sus espectadores y les brinda la posibilidad de enriquecer la experiencia creativa a través de lo que éstos “hacen” con las imágenes, tramas, fábulas, historias que habitan las múltiples narrativas audiovisuales que ahí convergen. Como es evidente, siguiendo a Jesús Martín-

Barbero (*De los medios a las mediaciones*, 1987), nos interesa menos pensar en la manera en la que Netflix funciona como motor de cambios socioculturales y más bien nos anima a indagar sobre las formas en que las personas experimentan o qué es lo que hacen con Netflix.

Las personas que nos damos cita en estas páginas hemos asumido el reto de “mediar” los mensajes —incluidos aquellos de tipo autobiográficos— siempre de manera creativa, más allá de la perspectiva apocalíptica sobre la cultura de masas, como lo refiere Humberto Eco (*Apocalípticos e integrados*, 1964) cuando critica aquella idea de la supuesta pasividad del espectador, que es sólo depositario de productos culturales. No, aquí apostamos por destacar la capacidad de agencia de la y el espectador para construir narrativas reflexivas, críticas y situadas, aunque también soñadoras, que abonen en la tarea de imaginar otros mundos posibles. En ese sentido, quienes nos hemos dado cita en estas páginas damos cuenta de personajes, héroes o antihéroes, mundos de ficción y otros un poco más “reales”, utopías y distopías, redes sociales, cuerpos, tecnologías, algoritmos, cine, música, memorias y nostalgias, rituales y aventuras, archivos en viejos y nuevos formatos, expectativas cumplidas y otras que no, en fin, cosmos enteros de prácticas significantes que, esperamos, funjan como invitaciones a prender la pantalla y salir de aquí.

III

Este libro se organiza en cuatro sesiones según ejes temáticos. La primera sesión, “Cambiar de perfil”, habla de cómo comprender Netflix desde la experiencia de las autoras y los autores como consumidores, de la historia del mismo fenómeno que nos convoca y de sus trayectorias de vida ligadas a las transformaciones tecnológicas que impactan a los medios de comunicación, en especial, internet. Así, Alejandra, Joaquín y Vladimir narran, cada cual desde sus propias nostalgias, lo que va del paso de la televisión a color a Netflix; visitan memorias sobre los videoclubes, las primeras vivencias en la “aldea global”, la migración al mundo digital, con la consideración de la experiencia generacional, los rituales —pasados y presentes— asociados a estos consumos, la producción del “gusto”, la transformación de la comunicación de masas a la posmasiva, y la implicaciones en la vida cotidiana del paso de la electrónica análoga a la digital. Al final, cada cual comparte visiones de futuro: ¿llegará el día en que Netflix sea un objeto inmaterial del cual sólo se hable en pasado como se habla de la vieja televisión, las videocaseteras, las tiendas de alquiler de video, la familia en pleno observando un partido de fútbol, las colecciones de películas en DVD? ¿Podremos sobrevivir hasta entonces?

Ana Alejandra Robles Ruiz, en su artículo “Del videoclub al *streaming*”, se sitúa en una doble vía, el quehacer investigativo y su perspectiva como *millennial* —los

nacidos entre 1982 y 2005—, para hacer un repaso por la historia de la tienda de alquiler de videos Blockbuster, a la que considera como uno de los antecedentes de Netflix. Entonces, acompañada por memorias de infancia y juventud, marca un trayecto que va del videoclub, pasa por el alquiler de películas por medio del correo postal, y llega al *streaming*, con el ánimo de analizar, discutir y profundizar, desde diversas reflexiones y aventurando hipótesis, sobre el rumbo de la industria del entretenimiento audiovisual y lo que vendrá.

Joaquín Sanabria, en su artículo “Antes de Betamax, TV y nada más: medios físicos y Netflix”, nos muestra el mundo más íntimo de Netflix en términos de las tecnologías que lo sustentan, el modelo de negocios que implica y su propia experiencia como consumidor. Expone las diferentes metamorfosis que ha implicado ofrecer servicios de suscripción vía streaming cuando de archivos audiovisuales se trata, entre las que se cuentan el modelo de negocio de una empresa como Amazon, el comercio de archivos digitales inaugurados por Napster, y los problemas técnicos que Netflix soluciona con el objetivo de garantizar un servicio siempre disponible y habilitado para un grupo amplio de dispositivos. A esto se suman otras metamorfosis relacionadas con la creación del “gusto” en las consumidoras y los consumidores: la emisión de contenidos, los derechos de autor, la producción de contenidos propios, la reducción del catálogo de títulos de baja circulación, los análisis estadísticos y predictivos y, claro, los algoritmos que, vanidosos, se toman la atribución de hacer “recomendaciones”.

Vladimir González Roblero, en su artículo “Atracón en los límites: historias frente a la (pos)televisión”, desde un espacio *inbetween* donde habita, entre lo análogo y lo digital, y por medio de un ejercicio autoetnográfico, habla de sus prácticas de consumo cultural frente a la televisión, y conjuga su voz con la de otros autores, lecturas y algunos aspectos teóricos, para comprender los fenómenos actuales de la comunicación. A través de los recuerdos de Admiral —primera televisión a colores— y del primer “atracón”, se observan los profundos cambios que el desarrollo tecnológico ha implicado para la televisión, su consumo y sus propias ritualidades: ya no se encuentra en el centro de la sala, sino en las habitaciones, lo que implica ahora que mirar televisión es un acto individual, especie de adicción egoísta, una nueva soledad en una nueva normalidad.

La segunda sesión, “Vistos recientemente”, da cuenta de un debate siempre presente: el cine y Netflix. Más allá de la idea de que Netflix representa el fin del cine o de la pregunta por las diferencias entre cine y telenovela, aquí el cine es pretexto para abordar, por medio de contrastes, cercanías y distancias, los efectos de la “televisión a la carta”, y también del papel, cada vez más activo, de la audiencia y las y los consumidores, en un mundo donde, no obstante, el consumo cultural se estratifica según los capitales económicos, lo que no significa que los consumos no

sean masivos, más bien son diferenciales. Así, Raciél, Paula y Miguel abordan, cada uno a su manera, desde la voz propia, los cambios que trae consigo Netflix y sus impactos en los estilos de vida: el ocaso de las salas de cine, el “confort” que supone el consumo en casa, la herencia de las telenovelas, los relatos nacionales creados desde los dispositivos visuales en épocas de globalización, la persistencia de comunidades de consumo apegadas a la melancolía que va dejando la transformación del arte en la era de la reproductividad digital, la vida sin una suscripción a Netflix. ¿Será entonces Netflix una necesaria suscripción al futuro?

Raciél D. Martínez Gómez, en su artículo “*Streaming way of life*: de la decadencia nacionalista a la netflixmanía”, formula un recorrido que va desde la jubilación temprana de las salas de cine y llega a la venta del confort, bien sea en centros comerciales o en casa vía *on line*. En este paisaje, la televisión vía *streaming* no mina del todo a la industria del cine, menos en nuestros contextos regionales, en los cuales la telenovela juega un papel estelar en las lógicas de la cultura popular, al igual que la radio, pero sí amplía la noción de “pantalla” y, con ella, las rutinas de recepción, inscritas en un mundo que estratifica el consumo, lo promueve con artilugios seductores para la audiencia —por ejemplo, la renovación moral del héroe— y lo maximiza al ampliar la oferta de producciones propias, en el caso de Netflix. Además, se exige a la audiencia una participación mucho más activa, incluso como diseñadores de contenido y administradores de su propio consumo, el cual tiende a convertirnos en: “arduos maratonistas de fin de semana que devoran series sin ningún empacho”, como afirma Raciél, en medio de la tensión entre lo nacional y lo global.

Paula L. Amaya Velandia, en su artículo “Una verdad revelada no implantada”, enuncia la experiencia de aquellas generaciones que nacieron en un mundo global que los obligó a renovar la pregunta sobre la construcción de su propio futuro y el tipo de referentes culturales adoptados en tal empresa, en medio de un juego de espejos entre un posible “libre albedrío” en el mundo digital y una sofisticada forma de control. En el interior de tramas audiovisuales, los espectadores construyen relatos de nación, en términos de decir quiénes conforman comunidades, tal cual lo hizo la literatura latinoamericana y de El Caribe a lo largo del siglo XIX. En este escenario aparece Netflix y se convierte en una posibilidad de acceder a ciertos contenidos, conocer otros referentes culturales, escribir otras historias, experimentar procesos de subjetivación unidos a los consumos mediáticos y transformar la cotidianidad. En especial, Paula llama la atención a propósito de los rituales y las exigencias que implica ver cine en una sala —costos, horarios—, la transmisión de información sobre qué ver por medio de redes sociales, los posibles futuros representados en universos distópicos, y las identidades que de todo ello se generan en los públicos más jóvenes.

Miguel Garzón Martínez, en su artículo “¿Por qué no tengo una suscripción en Netflix? Y el cine como obra de arte”, nos saca del mundo de Netflix para volvernos a meter en él, a partir de su experiencia como director de cine, cuyo hacer artístico está mediado por la experiencia generacional de crecer con series como *24* (por Cochran y Surnow, 2001). Una generación para la cual Netflix, entre otros servicios de suscripción, es una especie de sueño hecho realidad, en especial para las personas jóvenes que inician su vida como trabajadores de la cultura, pues les permite, por lo menos, alcanzar mayores audiencias. Sin embargo, la nostalgia es un mal común, y desde la nostalgia Miguel recuerda que el cine no deja de ser una experiencia única y, muchas veces, irrepetible, por los rituales que implica, la tradición edificada alrededor de esta industria cultural, la comunidad de sentido que allí se construye, la posibilidad de devenir otro, y su valoración como obra de arte que sólo puede “acontecer” en un teatro. En ese sentido, “la expresión ‘ir al cine’ se vuelve literal y relevante, en tanto que no es posible ‘ir a Netflix’”, asegura Miguel, porque, al final de cuentas, el cine conserva el potencial de transportarnos a otros lugares, tiempos y pieles.

En la tercera sesión, “Nuevos lanzamientos”, nos adentramos al mundo corporal, sus representaciones en algunas series, sus usos en el mercado de lo erótico y en el tecnológico, y sus devenires ficcionales o, tal vez, ya muy reales, en medio de la utopía de lo que queremos ser y la distopía de lo que podemos llegar a ser. Manuel Roberto, Aracely, Juan Pablo, Sergio y Tere nos guían por un trayecto que va desde los mundos de ficción y sus cuerpos cyborgs, pasa por las redes sociales tipo Tinder y Facebook, y llega al fascinante y amenazante mundo de los mutantes y los inmortales meths. Entre la ficción y la realidad, el presente y el futuro, la vida, el deseo, las apariencias, las disputas biopolíticas entre lo que debe vivir y lo que puede morir, la pregunta que cruza esta sesión es acerca de lo humano, la colectividad, la existencia misma, de suma relevancia en estos tiempos de extinción masiva y emergencia virtual de nuevas formas de humanidad. ¿Una humanidad *cyborg*, tal vez? ¿Una humanidad mutante, tal vez? ¿Una humanidad inmortal? ¿O una humanidad simplemente humana, con todas sus virtudes y miserias, comunicada por pantallas de obsidiana?

Manuel Roberto Escobar, en su artículo “Del cuerpo y otras figuraciones de futuro”, expone la forma como se construyen los cuerpos en sociedades del futuro próximo, donde utopías y distopías conviven, y en cuyos escenarios y narrativas la noción de humano entra en tensión. Entonces, particularmente en los universos narrativos de *Love, Death & Robots* (Miller, 2019) y *Black Mirror* (Brooker, 2011), el cuerpo se transforma en *cyborg*, entendido como un híbrido entre naturaleza y tecnología, que no lidia con las limitantes humanas, que puede autoproducir o autodestruir, desplegar la autonomía del sí construyendo las bases de su propia

liberación o replicando los ejercicios de poder que lo constituyen, ya que no deja de estar inscrito en las relaciones de poder que instaura una sociedad hecha para el espectáculo. De esta forma se entablan las continuidades y discontinuidades, desde un mundo moderno, de cuerpos cerrados, a un mundo tecnificado, de cuerpos siempre en construcción, donde la hipertrofia del ojo, el deseo de ver y ser visto, se exacerba hasta llegar a su punto máximo; en donde arte y consumo masivo, identidades y existencias colectivas, se intersectan no sin angustia, banalidad y poca certeza; en donde se pone una vez más sobre la mesa la pregunta por el “ser”.

Elizabeth Aracely Pérez Bezares, en su artículo “Espejo negro: sobre Tinder, el amor y otras perversiones”, en el marco de una escritura experimental, narra la experiencia de aquellas personas para quienes ya no existe ninguna diferencia entre el yo virtual, el yo real y el yo *cyborg*, en un mundo en el cual Facebook o Tinder se transforman en la manera de socializar. Se trata de una socialización atravesada por la “etiqueta” que se porta, como ocurre con el personaje de Lacie, en el capítulo “Nosedive”, de *Black Mirror*. Aquí surge la pregunta: ¿la caída de Lacie en realidad se encuentra lejos de nosotras? Tal vez ya lo estamos viviendo pues, al parecer, es difícil pensar la vida cotidiana, las interacciones humanas, las formas de amar sin apelar a los dispositivos electrónicos y los mundos que allí habitan. Frente a ello, a pesar de todo, no se habla de un cambio radical porque, como muestra Aracely, seguimos regidos por dispositivos de poder que dan cuenta de escuetas transformaciones, como lo es la perpetuación del amor romántico y las formas de capitalizar la necesidad del encuentro con el otro por parte del capitalismo pues, al final de cuentas, Tinder es tan buen negocio como Netflix.

Juan Pablo Zebadúa Carbonell y Sergio E. Echeverry Díaz, en su artículo “Narrativas mutantes: las otredades en desafío”, nos adentran en el mundo de los mutantes y la posibilidad de su lectura —a modo de metáfora— como forma de entender el mundo actual, en particular, lo referido a las maneras en que las sociedades que habitamos significan, se apropian y gestionan su encuentro con la alteridad. Con tal fin, Juan Pablo y Sergio eligen visitar el universo de los *X-Men*, la saga mutante de Marvel donde héroes y villanos batallan por vivir en un orden moral, simbólico y político particular, quienes no pueden elegir ser lo que son, en el sentido de que sus habilidades sobrehumanas obedecen a mutaciones genéticas, no a dones otorgados, situación que los lleva a aliarse, en pro de su propia sobrevivencia, con bandos que luchan por la extinción de lo humano o por una comunidad inclusiva de humanos y mutantes. No es una discusión nueva, en efecto. Tampoco es una discusión feliz, en tanto la historia de la abyección en Occidente no lo es. Pero sí es una lectura refrescante, intrincada, sobre la necesidad que tiene el poder de dividirlo todo, diseccionarlo, con la única misión biopolítica de comprender para transformar a su modo y semejanza o, sencillamente, eliminar.

María Teresa Garzón Martínez, en su artículo “Pelear con los ángeles desde el fango: una misión de rescate en *Altered Carbon*”, da cuenta de las luchas de un grupo de mujeres en el universo de la serie *Altered Carbon*, temporada 1, es decir, un futuro distópico, *cyberpunk*, donde los poderosos meths ya no hacen una cosa tan ordinaria como morir. En efecto, en este universo los humanos han construido la tecnología adecuada para preservar la conciencia de cada persona y hacer que ésta ya no dependa del cuerpo, el cual ahora se puede cambiar, como una serpiente cambia de piel. Sin embargo, éste tampoco es un universo feliz, sino plagado de relaciones de poder y divisiones raciales, sociales y de clase destinadas a perpetuar la blanquitud y sus jerarquías, en un mundo de apariencia multicultural que se encuentra dividido en dos: cielo e infierno, fango y ángeles. Allí las mujeres cumplen papeles fundamentales, bien como agentes de esa blanquitud o bien como su resistencia, pues sus convicciones, acciones, deseos, pesadillas y monstruos determinan la acción, sus nudos narrativos y sus desenlaces. Entonces, en medio de las paradojas que dibujan los cuerpos sin cuerpos, la humanidad sin humanidad, la vida sin muerte, son ellas las llamadas a “terminar la misión”.

En la tercera sesión, “Buscar”, las mujeres toman el rol protagónico. Y es que en Netflix las representaciones de las mujeres y sus luchas pueden encontrarse en varias series que ya no tratan de heroínas excepcionales, sino más bien de mujeres que han hecho consciencia de que son sujetas de la historia y han asumido esa responsabilidad en diferentes universos narrativos. Simone, Clarise, Gustavo, Astrid, Sandra y María Angélica dan cuenta, desde sus propios lugares, de la vida y obra de mujeres de ficción que pueden ser referentes para quienes es deseable que una pantalla las saque de allí, pues permite por lo menos imaginar (re)existencias posibles o formular críticas a esas mismas representaciones. También, estas personajes dan cuenta de las relaciones de poder que las hacen posibles y a sus historias, y que no refieren exclusivamente un sistema sexo-género, sino que exigen un esfuerzo de lectura de tipo interseccional. En suma, Netflix puede funcionar como un espejo no mágico, pues no precisa de encantamientos para hacernos ver una imagen sobre la cual construir o deconstruir, afirmar y cuestionar, amparadas por prácticas que podemos denominar “de iatrancón feminista”.

Simone Luci Pereira, Clarice Greco y Gustavo Souza, en su artículo “Consumo mediático, localismos y cosmopolitismos: la serie brasileña *Cosa más linda*”, dan cuenta de las formas en las que, en medio de mercados locales, la cultura brasileña, representada a través de elementos como la bossa nova, la rivalidad entre Río de Janeiro y São Paulo y el culto a Yemayá, se conjugan con temas universales, en específico, la situación de las mujeres, para mostrar un “pasado” que refiere al “presente”. En efecto, en la serie *Cosa más linda* (Cedroni y Roth, 2019), disponible ya para el público mexicano, un grupo de mujeres de diferentes orígenes socioraciales,

en los años cincuenta del siglo XX, en la ciudad de Río de Janeiro, luchan por lograr la autonomía en sus vidas e impulsar su sueño de tener un bar propio con música en vivo, enfrentando una sociedad patriarcal y racista al ritmo de la bossa nova. Entonces, la vuelta al pasado habilita la posibilidad de debatir temas que sólo obtienen visibilidad en Brasil, a partir de la primera década del siglo XXI, con la propuesta de un giro discursivo en el cual la arena de la confrontación se complejiza y las acciones transformativas de las mujeres las llevan a tomar el control de sus vidas, pese a los obstáculos. En ello radica la potencialidad de la serie: la articulación entre lucha, música, elementos culturales y espirituales brasileños, y personajes entrañables.

Astrid Julieth Cuero Montenegro, en su artículo “Roma: de la nostalgia a la empatía política con la situación de las trabajadoras del hogar indígenas”, formula una crítica cardinal, desde su hacer como cuestionadora de los estereotipos y las dominaciones racistas, sexistas y clasistas que configuran las vidas de las mujeres racializadas y que imperan en el cine comercial, a la película *Roma* (2018), del director mexicano Alfonso Cuarón. *Roma* narra la vida de una familia de clase media ascendente y de su trabajadora doméstica, Cleo, una joven indígena, con la fuente narrativa de los recuerdos de infancia del director. Y aunque la película se anuncia como la “vida de Cleo”, esta promesa no se cumple por razones que tienen que ver tanto con lo formal como con el contenido, ya que Cleo no deja de ser un personaje secundario, alienado, poco explorado y representado desde la visión blanca y masculina de Cuarón, que determina las formas de narrar y filmar, al tiempo que evidencia la persistencia de las relaciones de servidumbre de herencia colonial y esclavista en un país como México, donde por cierto el trabajo doméstico no se encuentra regulado por el régimen asalariado. Astrid reconoce los méritos técnicos y estéticos de la película, y la esmerada actuación de Yalitza Aparicio, de la misma manera que evidencia la necesidad de una lectura antirracista, la cual motive “interpretaciones críticas que est(é)án atravesadas por nuestras experiencias e ideologías, más allá de las propias intenciones conscientes de los realizadores”.

Sandra Cañas Cuevas, en su artículo “Todo espacio académico necesita una Wendy Rhoades”, clama por una Wendy Rhoades, o doctora Mojo, en espacios académicos. En efecto, haciendo una lectura paralela entre la vida académica y la vida en el interior de Axe Capital —empresa de inversiones en los Estados Unidos, en la serie *Billions* (Koppelman, Levien y Ross Sorkin, 2016)—, Sandra da cuenta de las relaciones de poder patriarcales y capitalistas que cruzan ambos mundos, en apariencia tan diferentes, llenos de competencia, deslealtad, presión e intrigas. Es allí donde aparece Wendy, una siquiatria brillante, preparada, elegante, líder, que trabaja con el multimillonario y ambicioso Axel Rod, dueño de Axe Capital, como terapeuta de sus empleados, lo que la convierte en motor de la empresa. Sin ella, en

medio de ese ambiente competitivo, los empleados caerían en desgracia y con ellos la empresa misma, incluido su propietario. El mundo académico no es diferente, pues ahora se conforma de espacios tipo maquila, donde abundan los conflictos, el estrés y la ansiedad; allí la salud mental se encuentra infravalorada, por eso cabe la pregunta: ¿acaso no merecemos acompañamiento y bienestar emocional? Por ello se hacen necesarias muchas Wendy Rhoades cerca de nosotras: académicas no domesticadas.

María Angélica Garzón Martínez, en su artículo “Estocolmo: ¿fijarse en el hombre equivocado en el peor momento posible?”, da cuenta de la transformación de Mónica Gaztambide, la secretaria sumisa a Estocolmo, la usurpadora del plan perfecto y, ahora, multimillonaria, en la serie *La casa de papel* (Pina, 2017). Mónica es un personaje secundario que toma relevancia a medida que avanza la serie, y esa relevancia no puede ser conceptualizada de otra manera que feminista: ella se hace protagonista de la historia que desea narrar para sí, pese a todo. Entonces se configura una representación de la heroína antiheroína, que cuestiona estereotipos hegemónicos de la feminidad y reconfigura la interacción de los espectadores con el personaje. En ese sentido, una mujer que en apariencia no tiene ninguna destreza en el mundo de los malhechores roba el plan perfecto del “profesor”, quien comanda un grupo de asaltantes vestidos de mono rojo y máscara de Dalí. Y ello detona el drama y su desenlace para dar cuenta de personajes femeninos fuertes y complejos, capaces de desestabilizar el orden social y visual al hacernos cómplices, por seducción, de sus acciones y demandas.

Arribados a este punto, la pantalla está encendida y el control en la mano, sólo resta empezar a scrollar. ¿Todavía estás viendo? Continuar. Salir.

CAMBIAR DE PERFIL

DEL VIDEOCLUB AL *STREAMING*

Ana Alejandra Robles Ruiz

La teoría generacional de los académicos estadounidenses Neil Howe y Williams Strauss (2007) sugiere que la humanidad puede estudiarse al ser agrupada por generaciones a partir de eventos, circunstancias y experiencias similares compartidas, las cuales inciden directamente en patrones, trayectorias y desarrollos semejantes de vida.¹ Con base en dicha teoría, advierto, debido a charlas en bares y sobremesas, que la nombrada generación X, nacidos entre 1961 y 1981, y los *millennials* (Y), nacidos entre 1982 y el 2005, tenemos conocimiento, y sobre todo recuerdos vívidos, del que fue uno de los videoclubes más populares y multimillonarios del mundo: Blockbuster. Ahora bien, no daré por sentado que los *centennials* (Z), nacidos a partir del año 2005 (Howe y Strauss, 2007), no han escuchado hablar de este tipo de clubes, pues quizás sus abuelos, padres o hermanos en algún arrebatado de nostalgia habrán usado la famosa frase “en mis tiempos...”, herencia involuntaria de los versos del poeta español prerrenacentista Jorge Manrique, sacados de contexto desde la literatura colonialista para protestar ante las transformaciones en la literatura y en la sociedad misma: “cualquiera tiempo pasado/fue mejor” (Manrique, 2019). Pero sí me gustaría, desde el quehacer investigativo y mi perspectiva como *millennial*, de entrada, hacer un repaso por la historia de dicha cadena de videos y reflexionar respecto a su surgimiento, evolución y término, ubicándola como precedente de una de las empresas comerciales de entretenimiento más apreciadas hoy día: Netflix, acerca de la cual, es objetivo principal de este ensayo, discutir y profundizar. Aclaro, antes de generar controversia, con lo anterior no pretendo

¹ No pretendo caer en reduccionismos, estoy consciente de que la teoría generacional de Howe y Strauss se hizo pensada desde Occidente para Occidente; sin embargo, ubico tanto mi crianza como la mayor parte de mi formación académica, sin juzgar si esto es conveniente o no, en este entramado cultural. De ahí que la teoría en cuestión sea uno de los modelos válidos para mí, por lo menos hasta el momento, para ubicarme como sujeta.

manifestar que el fracaso de una empresa se debió al éxito de la otra, o viceversa. Sin embargo, sí adelanto que, a diferencia de Blockbuster, Netflix tuvo la capacidad de hacer del desarrollo y de los alcances de internet su fuente de oportunidad.

Blockbuster: tres décadas (de Texas a Oregón)

Empecemos con la siguiente analogía, digamos que actualmente Netflix es, en cuanto a velocidad y comodidad, lo que Blockbuster era en cuanto a experiencia concreta. Mi padre, como jefe de familia proveedor que era, no sólo de los productos básicos como el alimento, sino también de las opciones de esparcimiento y diversión para su esposa e hijos, adquirió hacia principios de los años noventa una membresía que lo hacía socio de, en ese entonces, uno de los clubes transnacionales con ingresos más significativos: Blockbuster, sí. El principal servicio que ofrecía dicha empresa era la renta de películas,² que podías elegir entre un sinnúmero de títulos, géneros y nacionalidades, sin mucha diferencia de lo que consumimos ahora, podríamos pensar los usuarios de Netflix, en efecto. Empero, lo interesante es que dichas películas estaban en formato VHS y posteriormente en DVD, e inevitablemente requeríamos acudir a la sucursal más cercana, recorrer sus enormes pasillos divididos en secciones por género, hacer la selección que en ese momento considerábamos más oportuna para la ocasión y el día, pagar por el préstamo de las películas en el mostrador, llevarlas a casa, cocinar palomitas, ponernos nuestras pijamas, instalarnos en la habitación con videocasetera y la televisión más grande, apretarnos en la cama y disfrutar en familia de un buen clásico o de los estrenos más recientes. Eso era Blockbuster, una experiencia concreta, además circular, que iniciaba con el tránsito hacia el local de películas para su renta y que culminaba con su devolución, días después, en el mismo local.

El significado en español de la palabra *blockbuster* hace referencia a un libro o a una película que ha logrado ser muy exitosa. Recordemos la afirmación de Heidegger: “(...) el ser de cada cosa que es reside en la palabra. De ahí la validez de la frase: el lenguaje es la casa del ser” (1987: 149). Es la palabra o el nombre lo que otorga vida y propiedades al objeto. En este caso, el nombre comercial que se eligió para la empresa de renta de videos de la que hemos venido hablando realmente contenía o era una especie de vaticinio del éxito contundente que llegó a tener. La mayoría de mis allegados, o más bien de los padres de éstos, contaban con membresía de

² Con el paso del tiempo y la presión de la competencia, se integraron otros servicios a su catálogo, como la renta y venta de videojuegos, venta de música, películas, camisetas, entre otros. Sobre esto se ahonda adelante.

Blockbuster. Todos querían formar parte del club. Incluso, debido a esta cuestión, era común encontrarte a familiares, vecinos y amigos en los pasillos de alguna de sus sucursales y demorarte más de lo necesario porque aprovechabas el tiempo para compartir impresiones, pedir recomendaciones de películas, o simplemente platicar acerca de cualquier otro asunto. Era un sitio ideal para la convivencia medianamente breve, casual e improvisada, sobre todo en los días de especiales en los que las rentas estaban al dos por uno y entonces la concurrencia era mayor. Con Netflix, la experiencia de la socialización presente se redujo. Se convierte más en un acto privado e individual que, pese a esta configuración, no deja de ubicarnos en el seno de una comunidad. Otro punto relevante es que no hay recargos por entrega a destiempo. Es un servicio por el que pagas de forma previa, y si dejas de hacerlo, sencillamente se te cancela hasta que reanudes tu pago. En cambio con Blockbuster uno de los grandes inconvenientes, pero fuente crucial de dinero para el negocio, era que, al igual que en las bibliotecas, tenías una fecha límite para entregar los videos que te habían prestado, y si excedías el límite, la multa en pesos era considerable.

Al inicio prometí que haría un repaso de la historia de Blockbuster también desde el quehacer investigativo, no sólo desde mi experiencia, por lo que estimo conveniente emprender, a partir de este párrafo, tal cometido. En 1982, David Cook forma Cook Data Services, Inc., empresa dedicada al suministro de servicios de software a la industria del petróleo y el gas de Texas. Dicha empresa se quedó sin suficientes clientes cuando la industria a la que atendía quebró, por lo que Shandy, la esposa cinéfila de Cook, le sugirió el negocio de alquiler de videos como otra fuente de ingresos. David Cook se dio a la tarea de investigar seriamente acerca del negocio propuesto por su mujer, y llegó a la conclusión de que la mayoría de las tiendas que ofertaban este servicio eran empresas familiares con una selección limitada de material. Asimismo, le pareció que las operaciones implicadas en este tipo de negocio podían simplificarse con un software para el control del inventario y la salida de las cintas del local, materia en la que él tenía amplio conocimiento. Así, Cook vendió su empresa de software de petróleo y gas a sus gerentes, y se arriesgó a ingresar en el negocio de alquiler de películas.

A mitad de la década de los ochenta, abrió en Dallas, Texas, la primera tienda de videos Blockbuster, con un *stock* de 8,000 cintas exhibidas en los estantes, para que los clientes pudieran entrar en contacto con ellas, elegir las y llevarlas a la recepción para su registro. A la vez, cada una de las películas tenía una banda magnética que los sensores instalados en la puerta podían detectar, lo que prevenía el robo. Se usaba un sistema de escaneo láser de códigos de barras en las cintas y las tarjetas de los miembros para agilizar la transacción (Funding Universe, 2019; History, 2018). A 34 años de la apertura de la primera tienda Blockbuster, evidentemente el sistema quedó obsoleto en el campo de la industria del video, sobre todo porque,

por fortuna, algunos de nosotros tenemos acceso a internet, televisión de paga e incluso una cuenta de Netflix que nos brinda la oportunidad de consumir arte y entretenimiento desde la comodidad de nuestro sofá, en cuestión de minutos o segundos (según la capacidad de la conexión a internet).³

Pese a que coincido con Luis Alberto Spinetta cuando en los versos de la *Cantata de puentes amarillos manifiesta*: “[a]unque me fueren yo nunca voy a decir/que todo tiempo por pasado fue mejor/mañana es mejor” (Pescado Rabioso, 1973), la visión y la ejecución del proyecto de Cook son asombrosas y dignas de reconocerse, pues con un sistema tan sencillo, similar al que utilizan hoy un gran número de bibliotecas universitarias y públicas, por lo menos en México, logró establecer un negocio sumamente rentable e innovador para la época. Tiempo después sería desplazado por una tecnología a la cual nunca pudo adaptarse, y que visionarios como Netflix sí lo hicieron.

Para seguir con la evolución de Blockbuster, debe decirse que la primera tienda fue un éxito rotundo, por lo que en 1986, Blockbuster Entertainment Corporation se expandió a tiendas adicionales. Ese mismo año la compañía tenía el cometido de recaudar fondos para expandirse con una oferta de acciones inicial. Sin embargo, la mala publicidad provocó que se cancelara la oferta. Sin inversión, Blockbuster Entertainment Corporation terminó ese año con una pérdida de \$3.2 millones de dólares, lo que obligó a Cook a vender, en 1987, un tercio de su compañía a Wayne Huizenga, John Melk y Donald Flynn, quienes invirtieron \$18.6 millones de dólares en acciones. Los nuevos dueños previeron el crecimiento de la compañía a través de la propiedad de las tiendas, a diferencia de Cook, que apostaba al crecimiento a través de la venta de franquicias a empresarios individuales.

Dos meses después de que se integraran los tres inversionistas antes mencionados, Cook dejó la compañía, y la sede de la empresa se mudó a Florida. En junio de 1987, Blockbuster poseía 15 tiendas y franquiciaba 20. Con esta base

³ Según el INEGI, en el año 2017 el 50.9% del total de la población de México censada contaba con una conexión a internet en sus hogares, y el 49.5% con televisión de paga (INEGI, 2017). ¿Un porcentaje alto? Un porcentaje que evidentemente va en incremento, sin embargo, no es suficiente para afirmar que los mexicanos estamos por completo integrados al planteamiento y a la red global. Además, si revisamos esa información por estados, veremos que la diferencia entre uno y otro es abismal. Chiapas, uno de los estados más pobres y rezagados de la República, y en el que actualmente radico, es el que menor porcentaje de hogares con conexión a internet tiene, con tan sólo el 16.5%, mientras que Sonora, mi lugar de origen, tiene el mayor porcentaje, con 83.1% (INEGI, 2017). Es decir, la cantidad de habitantes que no tienen internet en sus hogares en Sonora está únicamente .4% arriba de la cantidad de habitantes que sí contamos con este servicio en nuestras casas en Chiapas. Lo dejo para que reflexionemos, pero a mí de entrada me parece alarmante.

sólida, Huizenga se propuso convertir Blockbuster en la empresa dominante de la industria, por lo que inició un programa de expansión agresiva. A finales de 1987, Blockbuster operaba ya 133 tiendas, y en las ventas aumentaron de \$7.4 millones de dólares (en 1986) a \$43.2 millones de dólares. Hacia 1989, y después de la compra de varias cadenas importantes de alquiler de videos, el número de tiendas ascendió a 700. Las ventas, las ganancias y el valor de las acciones se multiplicaron considerablemente.

En noviembre de 1989, United Artists Entertainment Company, la principal inversionista de Blockbuster, anunció que vendería su participación del 12% en la compañía. Esto desató preocupaciones acerca la posibilidad de que la industria del alquiler de videos estuviera alcanzando el punto de saturación. Una respuesta fue mirar hacia el crecimiento fuera de los Estados Unidos de América. De este modo, en 1989 se abrieron tiendas en Inglaterra y Canadá, y se tenía contemplada la expansión a muchos otros países.

En 1990 la cadena abrió en Estados Unidos su tienda número 1,200. Los años siguientes continuó expandiéndose en ese país y en el resto del mundo, mediante la compra y asociación con otras cadenas. Diversificó sus productos al integrar videojuegos, venta de música, películas, programas de computadoras, etcétera. Pero todo parecía anunciar que la llegada de las nuevas tecnologías y su aplicación al servicio de la renta de videos condenarían el negocio a la obsolescencia.

En 1993 existían 3,200 tiendas Blockbuster en todo el mundo. Ante la potencial competencia con formatos como la televisión por satélite y el *pay-per-view*, la compañía se fusionó con Viacom Inc., una de las más grandes operadoras de subsidiarias de medios en el mundo. Como parte de esta fusión, Blockbuster invirtió una suma cuantiosa de dólares para que Viacom Inc. comprara Paramount Communications. Los accionistas de la cadena se preguntaban si la inversión sería fructífera. Pero hacia abril de 1994, las acciones cayeron dramáticamente, y a esto se sumaron problemas relacionados con el endurecimiento de la competencia ante formatos emergentes y fracturas internas en la compañía provocadas porque Viacom dependía económicamente de Blockbuster para saldar deudas y hacer nuevas inversiones.

Wayne Huizenga cedió su liderazgo en 1994 a Steven Berrard. En 1996 lo sucedió Bill Fields, quien dio un giro a las tiendas de alquiler convirtiéndolas en centros completos de entretenimiento que incluían la venta de camisetas, bocadillos, juguetes, libros, revistas y música (Funding Universe, 2019; History, 2018). Respecto a esta cuestión, recuerdo que por lo menos nosotros como familia nos limitábamos a acudir a las sucursales de Blockbuster exclusivamente para rentar películas. En general, los precios de los demás productos que ofertaban eran muy elevados, razón por la cual mi padre de antemano nos advertía que el presupuesto estaba designado

a la renta de videos, y que no quería presenciar rabietas en la tienda causadas por su negativa a comprarnos algún artículo, de lo contrario, perderíamos el privilegio de pasar una tarde disfrutando de un buen éxito cinematográfico en casa. Claro que como niños, mis hermanos y yo, en el fondo, no estábamos de acuerdo con la distribución que mi padre hacía del presupuesto, no queríamos elegir entre una cosa y otra, pero finalmente aceptábamos lo que él nos indicaba sin cuestionarlo. En definitiva, considero que si se trataba de camisetas, lo mejor era ir a una tienda de ropa; de revistas, a una librería. Es decir, era innecesario comprar algo más que películas en ese lugar, sobre todo porque el dinero siempre alcanzó sólo en la medida justa en mi familia.

Para retomar la historia de Blockbuster, Fields reubicó la sede de la empresa de nuevo en Dallas, Texas, y redujo el personal. Ese año de 1996, el valor de la empresa se estimó en tan sólo \$4.6 millones de dólares, con acciones al 50% del valor que tuvieron en 1993, mientras que el precio de las de Parent Viacom era 60% más alto que antes. En 1997 John Antioco asumió el control de una cadena en problemas. Se tomaron entonces medidas de rescate, como reducir la expansión y centrarse exclusivamente en el alquiler de videos y no en la venta de otros productos. Antioco trabajó duro para sacar a la compañía adelante, pero el mercado de videos en general seguía cayendo, 2.6% en 1998 y 8.4% en la primera mitad de 1999, por lo que Blockbuster no paraba de reportar pérdidas (Funding Universe, 2019; History, 2018).

En 1997 se fundó Netflix como un servicio de alquiler en línea de DVD (disco de video digital, surgido en 1990). También para esos años Amazon.com lanzó una tienda de videos y DVD, y aumentaron los servicios de *pay-per-view*. Estas circunstancias ejercían una presión enorme sobre Blockbuster, que se reflejaba en números rojos. Así, en 2004 Viacom decidió poner en venta la cadena de videoclubes, pues las pérdidas ya eran enormes, luego de absorber el costo de remplazo de sus VHS por DVD, debido a las ofertas de los supermercados, el alquiler por internet y el *pay-per-view* de la televisión por cable. Este anuncio era esperado en Wall Street, ante el reducido panorama del futuro del negocio tradicional del video (History, 2018; *El Cronista*, 2004; Pozzi, 2004). Respecto a las ofertas de los supermercados, justo recuerdo que un par de años después de que saliera la multipremiada en los premios Óscar, *Titanic*, escrita y dirigida por James Cameron, en 1997, uno de mis hermanos pidió esta película como regalo de navidad y mis padres le concedieron su solicitud, pues los precios de los VHS comenzaban a ser accesibles.⁴ Después

⁴ Dicha película nunca fue de mi agrado, pero cabe resaltar que mi rechazo se potenció después de que mi hermano la pusiera una y otra vez en casa.

nos hicimos de otras cintas y formamos nuestra pequeña colección de videos. Aunque yo tenía 16 años cuando salí, adquirimos la película para niños *Buscando a Nemo*, que, confieso, siempre fue una de mis favoritas de la colección.

En 2006 Blockbuster lanzó su servicio de alquiler DVD Total Access, que permitía a los clientes alquilar DVD en línea. Posteriormente los recibían en casa y podían regresarlos de forma directa en alguna sucursal o por correo postal. Este servicio tenía muchas deficiencias y se quedaba detrás de otros similares como Netflix (*Movies Mailed*, 2007) (sobre el cual se profundizará en el apartado siguiente). En el año 2010, Blockbuster se declara en quiebra frente a la popularidad de la renta de videos por internet y a través de correo postal (BBC Mundo, 2010). En el año 2011, Dish Network Corp adquiere la empresa de alquiler de videos en una subasta por \$320 millones de dólares (Baker y Hal, 2011). En el año 2013, Joseph P. Clyton, director ejecutivo de Dish, anuncia que en el 2014 empezarán a cerrarse todas las ubicaciones de Blockbuster. “Ésta no es una decisión fácil”, dijo Clyton, “sin embargo, la demanda de los consumidores se está moviendo claramente hacia la distribución digital de entretenimiento de video” (Stelter, 2013). Para julio del 2018, sólo quedaba una tienda Blockbuster en el mundo, en Bend, Oregón, Estados Unidos (CNN, 2018). En el caso de México, ya en el año 2016 Grupo Elektra había convertido las tiendas Blockbuster en The B-Store, locales dedicados a la venta de artículos de tecnología y electrónica (Santa Rita, 2015). De esta forma finalizó la época de las cintas magnéticas, de los discos de video digital, del consumo de entretenimiento a partir de visitas presenciales a locales de video, de los horarios establecidos, de las multas por entregas tardías y de cierto sistema de software, para dar entrada a la inmediatez, a la comodidad, a la conexión, a las nuevas tecnologías, a la naciente grande Netflix.

Netflix: del videoclub postal al *streaming*

Netflix se define a sí mismo como “un servicio de suscripción personalizado que permite a (...) [sus] miembros acceder a películas y programas de TV (el ‘contenido de Netflix’) transmitidos a través de internet a ciertas TV y otros dispositivos conectados a internet (‘dispositivos listos para Netflix’)” (Netflix, 2018). Pero ¿cómo se convirtió en lo que hoy en día consumimos y representa? Reed Hasting y Marc Randolph, dos jóvenes emprendedores con conocimiento y experiencia en nuevas tecnologías, fundaron la empresa en el año de 1997, en Scotts Valley, California. Al principio empezaron como una empresa dedicada a la venta y renta de DVD mediante una plataforma en internet y el correo postal para el envío. Para ese entonces los DVD ya habían avanzado en el camino del reemplazo definitivo de los VHS. En abril de 1998 se hizo la apertura oficial de la tienda *online* con 925 títulos disponibles (Capapé y Ojer, 2012: 203). Recordemos que Blockbuster inició

con un *stock* de 8,000 en su primer local; sin embargo, Netflix sacrificó cantidad por comodidad y novedad. El servicio de alquiler de Netflix daba a los usuarios el derecho de disfrutar de la película durante el lapso de una semana por la cantidad de \$4 dólares más \$2 dólares por gastos de envío, y podían ampliar su devolución mediante un pago adicional. Otra opción, la preferida por los usuarios, era comprar películas en vez de rentarlas, debido al beneficio de los descuentos de hasta el 30%, pero duró muy poco, pues ese mismo año la empresa dejó de ofrecer el servicio de venta y dirigió a los clientes interesados a la página de Amazon.com. En agradecimiento, Amazon promocionó Netflix en su sitio web.

En el año de 1999, Netflix revolucionó el mercado del videoclub con la implementación del sistema de suscripción *Marquee Program*, que consistía en el alquiler de cuatro DVD al mes por la cantidad de \$15.95 dólares, sin fecha límite de devolución o recargo por el retraso (Capapé y Ojer, 2012: 203). Con tan sólo dos años de funcionamiento, Netflix buscaba nuevas estrategias para proyectarse en una mejor dirección. De alguna manera *Marquee Program* era como adquirir una pequeña colección temporal rotativa de videos que podías ver una y otra vez, incluso hasta movilarla, por un precio atractivo y sin la preocupación de invertir más en multas que en alquiler. En diciembre del 2000 Netflix alcanzó un logro considerable. A cambio de un mínimo porcentaje de las ganancias de la renta de los DVD, los estudios de cine Warner Home Video y Columbia Tri-Star le ofrecieron precios más favorecedores para que cumpliera satisfactoriamente la demanda de sus clientes de nuevos estrenos. Para el año 2002, Netflix ya había firmado otros acuerdos con más de 50 distribuidoras que recibían aproximadamente el 20% del dinero total percibido por sus suscripciones (Capapé y Ojer, 2012: 203). El hecho de que un número notable de distribuidoras apostaran a la joven empresa hablaba del potencial que veían en ella y de los provechosos resultados que hasta entonces había tenido en la industria del video.

Gracias a la conveniencia de sus precios y al robustecimiento de su catálogo, Netflix fue aumentando su número de suscriptores. Para el año 2002 alcanzó la cifra de 857,000 usuarios, 88% más que en el 2001, y la compañía entró en la bolsa, ofertando inicialmente 5,500,000 acciones a 15 dólares por acción. El éxito que tuvo en esa etapa se debió a la mejora continua de la logística de su servicio (Capapé y Ojer, 2012: 203-204), algo a lo que Blockbuster, como vimos previamente, no le dio la atención necesaria, o no logró ejecutar de manera adecuada. El cometido de Netflix era enviar el contenido correcto de la forma más rápida y económica posible, de ahí que para lograrlo incrementara poco a poco su número de centros de distribución en Estados Unidos de América, país al que atendía (en el 2008 había 58 centros en el país) (Capapé y Ojer, 2012: 204). Asimismo, la compañía introdujo mejoras en el sobre de envío: era del tamaño ideal para que cupieran los DVD y tenía una solapa

desechable que funcionaba de la siguiente manera: cuando el producto llegaba al destinatario, la solapa mostraba su dirección postal; más tarde, cuando el usuario quería devolver la película, eliminaba la solapa y debajo aparecía la dirección del centro de distribución de Netflix, así llegaba al servicio postal y ahorrraba tiempo y esfuerzo (Capapé y Ojer, 2012: 204).

Otro factor determinante en el triunfo de Netflix fue la personalización del servicio. Desde los inicios, la página web generaba recomendaciones para los usuarios de manera automática con base en las características de las películas que habían alquilado. En el 2000 introdujeron Cinematch, un sistema de recomendación personalizada que comparaba patrones de uso entre usuarios, buscaba similitudes en gustos y usaba la información resultante para recomendar películas a personas con perfiles parecidos. De esta manera no sólo los consumidores quedaban contentos, sino que además se le daba la oportunidad a producciones tanto de Hollywood como de independientes que eran difíciles de vender o anunciar, con lo cual los productores quedaron fascinados (Capapé y Ojer, 2012: 204). Hoy en día Netflix todavía hace este tipo de recomendaciones; hay secciones especiales como “Nuestra selección para...”, “Porque viste...”, “Tendencias”, “Populares en Netflix”, entre otras, que facilitan y agilizan el proceso de búsqueda de material audiovisual. En mi experiencia, puedes confiar moderadamente en que los algoritmos funcionan. La certeza media se pierde cuando le prestas tu cuenta a alguien más y, por ejemplo, a partir de que vio *Ghosts of Girlfriends Past* (2009), Netflix te recomienda *Made of honor* (2008).⁵ Esto puede solucionarse al pagar una suscripción con varios perfiles para que distintas personas hagan uso de una misma cuenta; así, conforme a la selección de lo que se vaya reproduciendo, cada perfil se irá personalizando. En el 2006 la empresa lanzó el concurso Netflix Prize, que convocaba a mejorar el sistema de recomendaciones a partir de tecnología innovadora. En el 2009 el premio se le otorgó a BellKor’s Pragmatic Chaos, un equipo formado por siete investigadores de cuatro países distintos. La ampliación del catálogo, el mejoramiento en el sistema de recomendaciones, el aumento de centros de distribución, la rapidez del servicio y otros factores ocasionaron que en el 2006 el número de suscriptores llegara a los seis millones (Capapé y Ojer, 2012: 205).

En el 2007, Netflix transforma de nuevo su sistema de negocio y se lanza al mercado del *streaming* y el *video on demand*. Por cada dólar que el suscriptor pagaba tenía derecho a acceder a una hora de video en *streaming* desde su computadora, con un catálogo de aproximadamente 1,000 películas y series de televisión. A partir de esta transformación, la compañía toma conciencia de que internet y el *streaming* son

⁵ El ejemplo no es al azar, lo tomé de mi cuenta. Sospecho que mi madre, otra vez, se equivocó de perfil.

la clave para llegar de forma más sencilla y eficaz a un mayor número de personas. Es así como decide introducir un tipo de tecnología que permite que los suscriptores visualicen películas en sus computadoras de manera similar a como reproducen videos en Youtube (Capapé y Ojer, 2012: 205-206). Años después, en el 2011, los servicios de *streaming* y alquiler de DVD se separaron (El Mundo, 2018). El mismo año Netflix se extiende hacia varios países de América Latina, incluido México. Ya en el 2010 había llegado a Canadá; y el en 2012 se introdujo en Europa (Capapé y Ojer, 2012: 208).

Actualmente Netflix tiene 139 millones de suscriptores en todo el mundo (Manjoo, 2019), cantidad que representa casi la suma exacta, según la información oficial, de la población de México, El Salvador, Nicaragua y Belice juntos (Saber es Práctico, 2019). En cuanto al mercado mexicano, en el 2017 el 72% de los usuarios de internet en este país poseía una cuenta en Netflix (Forbes México, 2017). Es decir, el crecimiento amplio y confiable de la conquista de esta plataforma es evidente y encomiable. Y México se suma como una de sus colonias más fieles.

Me aventuro a exponer varios factores que estimo han sido decisivos para el éxito de la empresa, tanto en México como en otros países. El primero de ellos es la variedad y accesibilidad de sus precios, pues hay tres planes mensuales para elegir: un plan básico, uno estándar y otro premium. El primero, con un costo de \$129 pesos, permite hacer uso de una pantalla a la vez; con el segundo, de \$169 pesos, se puede hacer uso de dos pantallas al mismo tiempo; el tercero —que conviene para familias numerosa o incluso para grupos de amigos— cuesta \$229 pesos y brinda la oportunidad de hacer uso de cuatro pantallas (Netflix, 2019). El dinero que se invierte, en balance con la cantidad de material audiovisual y el número ilimitado de reproducciones que puedes hacer en esos 30 días, resulta muy poco.⁶ Otro factor es el atractivo obsequio del mes de prueba, que posibilita a los potenciales usuarios conocer el servicio y tomar la decisión de contratarlo o no con base en su propia experiencia. Es el viejo truco de la degustación en los pasillos del supermercado. La mayoría de las veces, quienes usan el mes de prueba al final resuelven hacer la contratación. Yo misma soy uno de los casos

⁶ Al situarme en la realidad en la que vivo, como mujer, como joven, como investigadora, como mexicana, siento el compromiso de anticiparme a las reflexiones que mis hipótesis con respecto al costo de este servicio puedan provocar. Los precios de las suscripciones son bajos en el campo del entretenimiento. Con el dinero de la suscripción premium sólo puedes ir un par de veces al cine. No paso por alto a las personas que, por distintos motivos, como la falta de oportunidades de trabajo en México, el pobre salario mínimo, entre otros, no cuentan con un presupuesto destinado al esparcimiento. Sin embargo, para efecto de los objetivos de este texto requiero centrar mi atención en quienes sí tienen los recursos para gozar de los beneficios de internet y de los sitios de *streaming* como Netflix.

mencionados. También ha abonado a su predilección el hecho de que no sea necesario que las transmisiones de *streaming* se reproduzcan exclusivamente en una computadora de escritorio, existen otras opciones como las computadoras personales, los teléfonos inteligentes, las tabletas, las televisiones. De esta forma es el servicio el que se adapta a las posibilidades de los usuarios y no ésto a las de él. Por último, pero no menos importante, su catálogo es formidable, primero, en el sentido de que está conformado por un sinfín de géneros como cine clásico, películas aclamadas por la crítica, comedia, drama, acción, terror, thrillers, anime, infantiles y muchas más; segundo, porque no sólo hay películas, sino también series, conciertos, documentales; tercero, porque Netflix ha incursionado en la producción de material propio, que además ha resultado de bastante calidad; y cuarto, debido a que es una valiosa muestra del panorama artístico y del entretenimiento de las distintas geografías del mundo, por su contenido internacional significativo, además de un punto de partida para reflexionar acerca de los seres humanos como individuos que formamos parte de un mismo planeta y que compartimos prácticas, anhelos e ideas, pero que también nos diferenciamos por nuestros gustos, juicios, crianzas y latitudes, lo que complejiza y enriquece aún más la vida.

De mediados de los ochenta a la actualidad

Después de conocer, *grosso modo*, el surgimiento, la evolución y el fin de uno de los videoclubes más importantes de todos los tiempos, que además marcó una época: Blockbuster, así como también la historia de una de las empresas de *streaming* con mayor vigencia e influencia en el mundo: Netflix, desde su fundación a finales de los noventa hasta el día de hoy, podemos llegar a diversas reflexiones e incluso aventurarnos a lanzar hipótesis sobre el rumbo futuro de la industria del entretenimiento audiovisual.⁷ Primero que todo, hay que reconocerlo, tanto una como otra empresa iniciaron con una idea sencilla pero novedosa, que además se insertaba en la coyuntura de las nacientes tecnologías —cada una en relación con el momento en que se crearon—, y se arriesgaron y creyeron en un negocio que paulatinamente ampliaron y reformularon. Claro que, pese a sus prometedores inicios, tomaron caminos distintos a partir de sus respectivas direcciones y políticas internas, lo que marcó el fin de una y la vigencia de la otra.

⁷ Hablar de la nacionalidad de ambas empresas sería extenderme demasiado, además de que es una cuestión que da para más indagaciones y reflexiones. Sin embargo, sí quiero apuntar que tanto Blockbuster como Netflix son de Estados Unidos, país que se destaca por sus éxitos comerciales masivos y por estar siempre a la vanguardia en relación con la tecnología.

Por su parte, la decadencia de Blockbuster fue consecuencia de la imposibilidad de adecuar su servicio a las formas más nuevas de la tecnología, lo cual la puso en desventaja con otras empresas que invertían dinero y capital humano en éstas. ¿Pero dónde radica esa imposibilidad? ¿En la falta de recursos económicos? ¿En la resistencia a reinventarse? ¿En la falta de visión y acción de los dueños y ejecutivos? Me parece que no tanto en la falta de dinero, sino en las decisiones poco especializadas y meditadas de sus directores respecto al fenómeno tecnológico que se estaba presentando, al que veían con temor y desconocimiento, en vez de como fuente de oportunidad. En cambio, lo que ocurrió con Netflix, y que ha sido crucial para su vigencia actual, es que desde un principio mostró interés y preocupación por actualizar a su personal y su sistema de servicio con base en la tecnología más reciente, así como por apoyarse en ésta para evolucionar y cumplir con las demandas de los clientes modernos.

Me pregunto si en unos años alguien escribirá sobre la gran empresa que “un día fue Netflix”. Como dijo Benedetti (2019): “(...) el futuro aguarda. Es un abismo”. No sabemos lo que vendrá, pero sin duda tenemos casos como el de Blockbuster para aprender de sus errores e intentar avanzar con la vida y la humanidad, no quedarnos a mitad del camino. Netflix tiene el potencial de continuar siendo un servicio de calidad de alta demanda, la clave está en la renovación constante, en no dejarse tragar por el monstruo de la tecnología.

Notas finales

Casi para cerrar, me gustaría enunciar tres series de mi predilección que oferta su catálogo, y que además son producciones originales de Netflix.⁸ Empezaré con *Club de Cuervos* (2015-2019), de Gaz Alazraki y Michael Lam. Esta serie tiene la particularidad de haber sido la primera en español producida por Netflix. La empresa buscaba tener más fuerza en el mercado hispanohablante, por lo que consideró óptimo crear una historia que integrara de forma inteligente elementos tan populares y sugerentes como la política y el fútbol soccer, y abordarlos desde lo cómico, lo risible que, como dijo Bergson (2002), es un aspecto siempre social. Los personajes están muy bien contruidos, las actuaciones son de primer nivel, y el factor sorpresa se presenta en todo momento de manera ingeniosa. No está

⁸ Me limito a tres para no extenderme. Sin embargo puedo mencionar muchas otras más que aprecio porque considero que son propuestas valiosas en lo que respecta a la narrativa, las actuaciones y la producción: *Mad Men*, *Breaking Bad*, *Better Call Saul*, *Lovesick*, *The End of the F***ing World*, *Dark*, *Vis a Vis*, *Orange is the New Black*, *F is for Family*, *Big Mouth*, etcétera.

de más hacer énfasis en que Netflix le apostó a México, por las características de nuestro país, para expandir su mercado, y sin duda fue una decisión acertada.

Otra de las series que reconozco sobremanera es *Love* (2016-2018), de Judd Apatow, Lesley Arfin y Paul Rust. Esta comedia romántica estadounidense expone de forma astuta el lado A y el lado B de las relaciones de pareja; cómo de pronto nos sumergimos en afectos desenfrenados y cometemos estupideces, pero también aprendemos de cada experiencia y no somos los mismos después de vivirlas. Al final me parece que es una propuesta de lectura de relaciones amorosas en las que, más allá de un vínculo dual, hay una suma de nuestra genética, de nuestro pasado, de las personas que han tocado nuestras vidas, de la humanidad en sí.

Por último, y para sorpresa mía, juzgo pertinente elogiar *Narcos México* (2018-), de Carlo Bernard y Doug Miro. Había empezado a ver otras series que se centran en la temática del narcotráfico, ya sea en México o en otros países; sin embargo, me parece que abusan de la violencia como recurso para generar morbo en el espectador, y que pueden sacarle provecho a otras cuestiones como la propia historia, las actuaciones, la fotografía, la dirección, etcétera. *Narcos México* me causó fascinación precisamente porque plantea una historia basada en hechos reales, particularmente la guerra moderna contra las drogas en el país, de una forma incuestionablemente artística e inteligente; porque sus actuaciones son excepcionales —en su mayoría de mexicanos, aunque la producción sea estadounidense—, como la de Diego Luna, y porque al final de cuentas es una producción sumamente cuidada.

Referencias

- Baker, Liana y Hal, Tom (2011). “Dish expands its scope with Blockbuster win”, *Reuters*, New York, <https://www.reuters.com/article/us-blockbuster-dishnetwork/dish-expands-its-scope-with-blockbuster-win-idUSTRE735IVA20110406>.
- BBC Mundo (2010). “Blockbuster se declara en bancarrota”, *BBC Mundo*, https://www.bbc.com/mundo/economia/2010/09/100923_blockbuster_en_bancarrotam_abam.
- Benedetti, Mario (2019). “Hasta mañana”, *Poemas del Alma*, <https://www.poemas-del-alma.com/hasta-manana.htm>.
- Bergson, Henri (2002). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.
- Capapé, Elena y Ojer Goñi, Teresa (2012). “Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix”. En Virginia Guarinos y María Jesús Ruiz (eds.), *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV)* (pp. 197-210). Sevilla: Universidad de Sevilla, Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías.
- CNN (2018). “Y el último Blockbuster en el mundo está en...”, *Expansión*, México, <https://expansion.mx/tendencias/2018/07/18/y-el-ultimo-blockbuster-en-el-mundo-esta-en>.

- El Cronista (2004). “Viacom quiere desprenderse de Blockbuster”, *El Cronista*, Buenos Aires, <https://www.cronista.com/impresageneral/Viacom-quiere-desprenderse-de-Blockbuster--20040210-0104.html>.
- El Mundo (2018). “Netflix aún alquila DVDs (y gana dinero con ello)”, *El Mundo*, Madrid, <https://www.elmundo.es/tecnologia/2018/05/28/5b0c0c6a468aeba5238b45d0.html>.
- Forbes (2017). “Mexicanos, los más fans de Netflix en el mundo”, *Forbes México*, <https://www.forbes.com.mx/mexicanos-los-mas-fans-de-netflix-en-el-mundo/>.
- Funding Universe (2019). “History of Blockbuster Inc.”. Utha: *Funding Universe*. <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/blockbuster-inc-history/>.
- Heidegger, Martín (1987). “La esencia del habla”. En *De camino al habla* (pp. 141-194). Barcelona: Ediciones Serbal.
- History (2018). “First Blockbuster store opens”, *History*, Nueva York, A&E Television Networks, LLC, <https://www.history.com/this-day-in-history/first-blockbuster-store-opens>.
- Howe, Neil y Strauss, William (2007). “The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve”, *Harvard Business Review*, 85, <https://hbr.org/2007/07/the-next-20-years-how-customer-and-workforce-attitudes-will-evolve>.
- INEGI (2017). “Disponibilidad y uso de tic en Hogares”, INEGI, México, <https://www.inegi.org.mx/temas/ticshogares/>.
- Manjoo, Farhad (2019). “El mundo según Netflix”, *The New York Times Es*, Nueva York, <https://www.nytimes.com/es/2019/02/25/netflix-roma-series-internacionales/>.
- Manrique, Jorge (2019). *Coplas por la muerte de su padre*. Madrid: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/obra-completa--0/html/ff6c9480-82b1-11df-acc7-002185ce6064_5.html.
- Movies Mailed (2007). “Blockbuster Total Access DVD Rental”. Florida: *Online Movie Rental. Movie rental news, DVD rental services comparisons, and more*. <http://www.moviesmailed.com/blockbuster-total-access-dvd-rental/>.
- Netflix (2018). “Términos de uso de Netflix”, *Netflix*, <https://help.netflix.com/es/legal/termsfuse>.
- Netflix (2019). “Selecciona el plan ideal para ti”, *Netflix*, <https://www.netflix.com/signup/planform>.
- New York Times News Service (1994). “Blockbuster Merged with Viacom Okd”, *Chicago Tribune*, Chicago, <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1994-09-30-9409300267-story.html>.
- Pescado Rabioso (1973). “Cantata de puentes amarillos”, *Aratud* [LP]. Buenos Aires: Talent, Microfón.
- Pozzi, Sandro (2004). “Viacom pone a la venta la cadena de videoclubes Blockbuster tras entrar en pérdidas trimestrales”, *El País*, Madrid, https://elpais.com/diario/2004/02/11/economia/1076454017_850215.html.
- Saber es Práctico (2019). “Países del mundo ordenados por población (2019)”, *Saber es Práctico*, México, <https://www.saberespractico.com/demografia/paises-por-poblacion-2019/>.
- Santa Rita, Ilse (2015). “Blockbuster desaparece en México, lo sustituye The B-Store”, *Expansión*, México, <https://expansion.mx/negocios/2015/09/18/blockbuster-desaparece-en-mexico-conoce-su-nueva-imagen>.
- Stelter, Brian (2013). “Internet Kills the Video Store”, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2013/11/07/business/media/internet-kills-the-video-store.html>.

ANTES DE BETAMAX, TV Y NADA MÁS: MEDIOS FÍSICOS Y NETFLIX

Joaquín Sanabria

Netflix Inc., fundada en 1997, evoluciona desde una empresa de alquiler de DVD por correo, hasta convertirse en un servicio de distribución de video por *streaming*. Pasa de ser una empresa de alquiler de medios físicos a ofrecer un servicio de suscripción. La evolución de los formatos de grabación modifica la manera en que nos relacionamos con los archivos audiovisuales. Pasamos de tener una relación con los contenidos audiovisuales semejante a la que tenemos con los libros, en la que podemos prestar, regalar o ceder nuestra copia, a pagar por el acceso a un catálogo inmenso de archivos del que no tenemos control. Revisemos la historia de esta empresa y sus competidores para tratar de entender cómo la distribución de los medios digitales ha afectado los contenidos.

En el 2007, Netflix lanza un servicio de transmisión que permite ver películas y programas de TV en las computadoras personales. Este paso se dio en el momento en que internet ya era lo suficientemente estable y tenía el ancho de banda necesario para soportar una calidad de imagen semejante, aunque inferior, a la calidad de la televisión del momento. El mercado de los dispositivos de reproducción digital ya era grande, y Netflix pudo desarrollar el software para una variedad amplísima de ellos: televisores, computadoras personales, plataformas para juegos, tabletas, teléfonos móviles, e inclusive algunos DVD y BluRay.

La capacidad de internet para transmitir video fue producto de una cadena asombrosa de logros. La electrónica evolucionó ganando una complejidad difícil de imaginar: cambió de la analógica a la digital. La electrónica analógica es “un arte simple, una combinación de algunas leyes básicas, métodos prácticos y una gran bolsa de trucos” (Horowitz y Hill, 2018: xxi). Mientras que la electrónica digital es el complejo arte de transmitir y procesar información usando códigos que se corresponden y superponen hasta traducir cualquier señal a pulsos. La digitalización de archivos mejora continuamente y abre el camino para que éstos puedan enviarse o copiarse por internet sin que se deteriore su calidad.

A principios del siglo pasado las transmisiones de radio ocurrían en directo y no podían grabarse. Cien años después ya era posible ver grabaciones de video desde cualquier lugar. El *streaming* es la clave de todo: transmisión continua de audio o video que envía pequeños paquetes de datos. Los datos que componen el archivo se envían en un flujo constante de manera que no se interrumpe la transmisión; no se tiene que esperar a tener el archivo completo. Las condiciones para que se realice esta magia son: que el archivo esté digitalizado y catalogado apropiadamente en un servidor, que el usuario y el servidor estén conectados a internet, y que las leyes de derechos de autor permitan la transmisión.

Evolución del modelo de las ventas por catálogo

Revisemos el modelo de negocio que hace posible este milagro. El desarrollo de los sistemas de ventas por catálogo de libros y discos compactos se volvió un éxito global gracias a Amazon. El comercio digital revolucionó el mercado debido a la posibilidad de catalogar y enviar un número abrumador de productos. Fundada en 1994, Amazon perfecciona un modelo de comercio electrónico extremadamente austero que aprovecha el correo estadounidense para vender a precios muy bajos y dar a los clientes un servicio inmejorable. El comercio digital tiene varias ventajas sobre el tradicional: tiende a tener inventarios muy pequeños, permite la comunicación directa con el cliente y, como si fuera poco, se beneficia de políticas tributarias obsoletas pensadas para grabar las tiendas físicas (Llamas, 2018).

Este modelo de negocio tan eficaz es también muy eficiente para destruir la competencia: ha puesto en bancarrota desde pequeños negocios hasta grandes superficies como: Barnes and Nobles, Circuit City, Borders, Best Buy (Stone, 2014: 200). Netflix tiene ventajas similares sobre la televisión tradicional: la aplicación establece una relación cercana con el cliente, le ofrece un inventario casi inabarcable, y además la legislación tributaria apenas se está poniendo al día para grabar los negocios digitales. En efecto, Netflix es un video club totalmente virtual. Brinda acceso a un catálogo de títulos descargables en la aplicación o para ver en línea pagando una tarifa plana. Es decir, el usuario ve los títulos que quiera por un precio fijo en los dispositivos vinculados. Como ventaja adicional, puede cancelar la suscripción en cualquier momento.

Del intercambio al comercio de archivos digitales

Ahora revisemos la historia del comercio de archivos digitales. Napster era un servicio que permitía compartir canciones comprimidas en MP3 usando internet. Eventualmente logró tener 70 millones de usuarios inscritos en el año 2001 (Menn, 2003: 108). Pero los artistas y luego las empresas discográficas pusieron

demandas en su contra porque contribuía a que sus usuarios evadieran el pago de los derechos de autor. Finalmente, la Corte Federal de Estados Unidos rechazó la apelación de Napster y ordenó evitar el intercambio de música sin derechos de autor a través de sus servidores. Napster no tuvo otra opción que cerrar su servicio gratuito de intercambio, y se convirtió en un servicio por suscripción en el 2002, para poder pagar los derechos de autor. Como se planteó inicialmente no logró ser sostenible, pero demostró que internet estaba hecho para el comercio y entrega de archivos musicales (Isaacson, 2011: 402). En ese momento era sólo cuestión de tiempo para que el mercado digital reemplazara completamente las ventas en formatos físicos CD o DVD y empezara la competencia de los servicios de suscripción para reproducir música.

En el mismo año, Apple lanzó el iPod, un producto capaz de resolver todas las caras del problema de la venta de archivos musicales comprimidos. Steve Jobs, fundador y ceo de la compañía, pensaba que la propiedad intelectual debía defenderse para que las compañías creativas no desaparecieran. La primera generación del iPod se enfocó en resolver el problema de los derechos de autor; el dispositivo de almacenamiento y reproducción no podía usarse para copiar canciones entre computadoras. Tenía que vincularse con una única computadora personal y debía usarse con un software específico: el iTunes. Para los usuarios también traía ventajas: era muy atractivo copiar las canciones que ya se habían comprado en discos compactos porque el iTunes ofrecía un sistema de catalogación automática que eliminaba el trámite de poner título a las canciones. Con el lanzamiento de iTunes Store, en el 2003, se podían comprar canciones en línea por 99 centavos de dólar. Steve Jobs creía que vender las canciones sueltas era un método para evitar la piratería. iTunes también limitaba el uso de las canciones a cinco dispositivos e impedía la reproducción de archivos que no tuvieran autorización de derechos de autor con el protocolo DMR. Jobs siempre insistió en que el usuario pudiera comprarlas y no solamente tener acceso a la música (Isaacson, 2011: 397). Creía que el vínculo emocional entre la gente y las canciones exigía que se pudieran comprar los archivos. Pero, aparentemente para el negocio de la música, era inevitable la transición a los servicios por suscripción. En el 2015, cuatro años después de la muerte de Jobs, Apple lanzó el servicio de *streaming* Apple Music, con lo que evitó perder presencia en el negocio de la música en los teléfonos móviles.

Por otro lado, para el año 2005, el iPod classic ya era capaz de reproducir video. En el mismo año, iTunes 6.0 permitía comprar videos en el iTunes Music Store. Para el 2007, ofrecía shows de televisión y títulos de la Paramount, Lionsgate y MGM. Probablemente éste fue el primer sistema de distribución digital que tomaron en serio las productoras de cine. En cuanto a los servicios de video por *streaming*, Apple lanzó en el 2006 el Apple TV, que se sumó en su segunda generación a los

dispositivos de reproducción digital que podían ejecutar Netflix y otros servicios de video por suscripción.

Netflix

Después de este breve recuento llegamos al caso de Netflix. Un negocio no se vuelve exitoso únicamente por estar en el momento justo y en el lugar indicado. El sistema de distribución Netflix se transforma en un *boom* porque resolvía problemas que nadie había podido resolver antes. Todd Hoff, en su libro *Netflix: What Happens When You Press Play* (2017), explica paso a paso el sistema colosal que permite manejar el 37% del flujo de los datos en internet. Netflix inicialmente operaba con sus propios servidores, pero a raíz de una interrupción de tres días en el servicio en el año 2008, decidieron que la compañía dejara la tarea de construir los centros de cómputo y se enfocara en mejorar la experiencia del cliente (Hoff, 2017: 193). Para este fin usaron los servicios en la nube de Amazon (Cockroft, 2011: 1).

Según Todd Hoff, el servicio se concibe como un sistema de tres partes que trabajan conjuntamente para mejorar la experiencia del usuario:

1. La interface con el cliente. Es el programa o aplicación que reproduce el video en los dispositivos. En la actualidad se pueden conectar más de 2,200 modelos diferentes a Netflix. La aplicación cumple una función fundamental en el comercio electrónico: sugerir nuevos productos. Netflix tiene una herramienta sorprendente que implica el análisis de un gran volumen de datos. Para sugerir películas, el servidor selecciona imágenes que corresponden con los hábitos del usuario, por ejemplo, de los actores más vistos o de sus géneros favoritos. De esta manera mantiene el interés visual del usuario en las recomendaciones de la aplicación (Hoff, 2017: 318). A esta compleja rutina que permite analizar los hábitos del usuario se le llama algoritmo, de lo cual hablaremos más adelante.

2. El almacenamiento de las bases de datos de los usuarios y la preparación del video para ser descargado y transmitido por los dispositivos. Esta etapa, a cargo de Amazon Web Services, se diseñó para ser extremadamente confiable. Funciona actualmente con tres centros de cómputo en tres ubicaciones geográficas distintas. Dos de los tres centros de cómputo pueden satisfacer la totalidad de la demanda de procesos. De esta manera se garantiza que el servicio siempre esté disponible a pesar de que se presenten fallas en algunos servidores (Hoff, 2017: 282).

3. El sistema de entrega de contenido. Netflix desarrolló y suministra sus propios servidores para el almacenamiento de video cerca de sus clientes. Se

trata de aparatos que los proveedores de internet pueden solicitar —si tienen un tráfico importante de datos de video de Netflix— para almacenar las series más populares y reducir el tráfico de internet y el consumo de datos fuera de su propia red.¹ Sin tales equipos internet colapsaría y los proveedores bloquearían a Netflix por sobrecargar la red. Conocidos como OCA (Open Connect Appliances), estos servidores también ayudan a hacer sostenible el principio de neutralidad de la red, que es el que impide que los proveedores de internet cobren según sea el contenido, la página web, la plataforma o la aplicación que suministran al usuario.

Elección y emisión de contenidos

Ahora que ya estamos más enterados de las complejidades del negocio, revisemos cómo estos temas técnicos afectan la emisión de contenidos. En el caso de cine clásico, es claro que Netflix no considera rentable pagar por los derechos de autor de películas previas a los años setenta del siglo XX —solamente ofrecen 43 títulos— (Schonfeld, 2017: 4).² Rachel King resume magistralmente lo que ocurre con la reproducción de películas clásicas en los sistemas de *streaming*: “Internet tiene el potencial de hacer que cada video digitalizado sea fácilmente accesible. Tecnológicamente, existe la posibilidad de una videoteca completísima en línea, pero la realidad económica y legal lo ha impedido. Además, las perversidades del capitalismo han asegurado que las películas mediocres o incluso malas tengan una probabilidad mucho mayor de aparecer en Netflix que algo grandioso, o al menos bueno” (2015: 1).

El manejo perverso de los derechos de autor es el que ha impedido el acceso de los suscriptores al cine clásico:

A principios del siglo pasado, los derechos de autor se consideraron esenciales para proteger los derechos de los creadores, pero tenían un alcance limitado, con una duración de sólo 14 años (con la opción de renovar por otros 14). La protección de los derechos de los creadores vivos es parte integral de la noción de derechos de autor. Sin embargo, hoy en día, gracias al cabildeo de la industria del entretenimiento, se siguen ampliando por más y más tiempo (sólo se garantiza que las obras publicadas en 1923 o anteriores estén libres de restricciones de derechos de autor) (King, 2015: 5. Traducción propia).

¹ Los servidores se pueden solicitar en este sitio mediante un proceso sorprendentemente sencillo: <https://openconnect.netflix.com/en/>.

² Según consulta realizada en Fixable, un catálogo independiente de Netflix, el 28 de abril del 2019.

Para King, en este sentido, es esencial que el patrimonio cultural esté disponible y al alcance de todos: “después de todo, sólo se recuerda a un actor (o director) siempre que se pueda ver su trabajo” (King, 2015: 5).

En cuanto a las películas de estreno, Netflix las ha reducido y se ha enfocado en series de televisión. El director de contenido, Ted Sarandos, habla de la dirección que tomará la empresa de entretenimiento en una entrevista del 2016: “No importa lo bueno que sea el catálogo de películas, Netflix terminará con un tercio de su contenido. Si a los espectadores les apasiona realmente una película, la habrán visto en los cines antes de que esté disponible en Netflix” (Clark, 2018. Traducción propia).

Netflix se interesó en producir su propio contenido por una razón elemental: los problemas de derechos de autor relacionados con la distribución (Hoff, 2017: 595). A medida que se expande la compañía, es muy complejo obtener licencias para cada uno de los más de 120 países en los que opera. Es más fácil tramitar licencias globales de series propias que negociar los derechos de contenidos con las productoras. Entonces impulsa una programación global pero aún está lejos de conseguirla. Al tema de los derechos de autor se suman tensiones políticas que dificultan el *lobby*. Scott Roxborough y Alex Ritman, en un panorama sobre las tensiones políticas que recientemente ha despertado Netflix, citan las declaraciones del productor ejecutivo de *Jehane Noujaim's documentary*, Mike Lerner: “Son muy conscientes políticamente: tanto Ted Sarandos, como Jeff Bezos no son apolíticos. Son liberales y su interés comercial es presentar las películas y espectáculos más animados. ¡Bien por ellos! Provocan debate y reacción, representan un distribuidor liberal y de mente abierta” (2018: 5. Traducción propia).

Los suscriptores suelen evitar las restricciones regionales de ciertos títulos usando una Red Privada Virtual (VPN por sus siglas en inglés) para conectarse a internet, que hace “creer” a los servidores de Netflix, de una manera fraudulenta, que el suscriptor se ubica un país donde el contenido no está restringido. Es obvio que la empresa no quiere ponerse en una posición que estimule una actividad ilegal de sus suscriptores, y la solución, aunque difícil de alcanzar, es desarrollar una programación global (Matthews, 2018: 2).

Las ventajas económicas de crear un contenido propio son muchas: ahorrar entre el 30% y el 50%, dice Adam Levy, y “tener la propiedad intelectual, lo que da a Netflix la capacidad de otorgar licencias de producción y comercialización de productos, y esto puede crear una fuente de ingresos completamente nueva para la compañía. Ya se ha experimentado en ese frente con *Stranger Things*” (Levy, 2018: 2. Traducción propia).

Para Netflix es ventajoso reducir su catálogo de títulos de baja circulación, ya que simplifica la tarea de consolidar un catálogo global, y permite optimizar el tráfico de internet y el espacio en sus servidores OCA. La empresa ejecuta dos políticas

que disminuyen el inventario de los títulos: la primera es comprar las licencias por periodos cortos para poder evaluar si es rentable mantenerlas o no; la segunda es no renovar las licencias de títulos antiguos o de baja circulación. La producción de series originales pensadas para las regiones e impulsadas con una publicidad agresiva también es parte de la idea de mantener un catálogo manejable. Este tipo de series tienen una vida comercial corta y se pueden emitir casi exclusivamente con servidores regionales.

El algoritmo: análisis estadístico y predictivo

Netflix, YouTube y prácticamente cualquier compañía que viva del tráfico de internet utilizan algoritmos para entender qué contenido debe ofrecer a sus visitantes. Josefina Blattmann agrega un ingrediente más a la receta de las recomendaciones: el aprendizaje automático (2018: 1).

Los algoritmos son conjuntos de instrucciones lógicas que permiten resolver problemas (ya habíamos dicho que el servidor selecciona imágenes que corresponden con los hábitos del usuario). El algoritmo para resolver el problema de las recomendaciones de contenido sigue estos pasos generales: el primero es clasificar en géneros la programación. Es sorprendente que “Netflix contrate seres humanos (...) para clasificar cada bit de programas de televisión y películas y aplicarles etiquetas que crean microgéneros hiperespecíficos” (Blattmann, 2018: 3). No hay otra manera de agrupar el abrumador catálogo de películas y series que ofrece Netflix y hacerlo manejable. El segundo es almacenar todos los datos que pueden indicar el gusto de los usuarios: cuánto tiempo ven un título, cuándo lo ven y cuándo lo dejan de ver, en fin, todos los datos que permitan inferir qué ofrecer y cómo ofrecerlo (Hoff, 2017: 227). Finalmente, Netflix agrupa las sugerencias en grupos coherentes y las presenta en su aplicación. Esto evita que el usuario se sienta confundido por la variedad de ofertas.

Al aprendizaje automático también se le llama *Machine Learning*, o inteligencia artificial; en el caso de Netflix, éste consiste en análisis estadístico y predictivo. En el caso de YouTube, el trabajo del software es mucho más complejo porque debe evitar que los usuarios del servicio suban contenido protegido por derechos de autor.

En cuanto al uso de datos obtenidos de los hábitos de los suscriptores cuando usan la aplicación, Sarandos admite que es una herramienta de decisión. El director de contenido de Netflix, en una entrevista con Jon Snow, responde a la pregunta de si el análisis de datos le permite evitar riesgos:

Estamos haciendo lo opuesto: poner cosas que de otra manera nunca se pondrían en la televisión estadounidense o en la televisión del mundo.

El reparto de *Orange is the New Black* está conformado casi totalmente por mujeres. Es el reparto más étnico y físicamente más diverso de la televisión; y ninguna de las actrices que participan en esos roles es la típica actriz de comedia hoy en día (...) En realidad, ésas son las cosas que hacen que el espectáculo sea fantástico (2015. Traducción propia).

Respecto de la información de los hábitos del usuario y cómo la precisión de su sistema les hizo confirmar el éxito universal de Adam Sandler cuando apenas era un éxito local, Sarandos dice: “Tengo este otro lujo de tener todos estos datos para revisar y solidificar el instinto. O me gusta pensar que es un tipo de corazonada informada. Bueno, el mundo se ha vuelto rico en datos y algunas veces pobre en información. Así que hay muchos datos, pero tienes que ser capaz de saber qué buscar” (2015. Traducción propia).

Netflix competirá en el terreno de la televisión

En cuanto a la competencia entre los servicios de suscripción en internet y en la televisión, parece que el enfrentamiento ocurrirá en el terreno de las series. Netflix tiene 139 millones de suscriptores (Fiegerman, 2019: 1), seguramente más de 300 millones de usuarios; con un mercado tan amplio, los retos son muy distintos de los de la televisión lineal. La permanencia de los usuarios es su primera prioridad, y el bajo costo y la posibilidad de cancelar el servicio en cualquier momento hacen que sea altamente recomendada. En el caso de las series, los escritores sufren una versión refinada de la presión que sufren los escritores de telenovelas, pues deben mantener cautiva a la audiencia pensando en conservar la tensión durante temporadas. Los suscriptores tienden a ver más de un episodio a la vez, y es más probable que tomen la decisión de dejar de ver las series entre temporadas. Parece que el lugar de la televisión lineal será informativo, porque por el momento no hay noticias de que Netflix vaya a competir con la televisión tradicional en los canales de noticias o deportes.

En cuanto a la inversión de dinero en las series o películas, parece que Netflix tiene muy claro que la rentabilidad de sus producciones depende más del éxito social que del monto de la inversión. Peter Kafka, editor ejecutivo de Recode, en una entrevista con Reed Hastings, sugiere que el éxito de Netflix se basa en la capacidad de invertir mucho dinero en sus proyectos. Más adelante le pregunta a Hastings, ceo y fundador de Netflix, si es un objetivo de la compañía producir *Tent-pole movies*, es decir, películas de alto presupuesto que permiten a las productoras seguir funcionando. Hastings, responde: “Piensas en términos de presupuesto, pero eso no siempre corresponde con la recepción, así que queremos películas que todos quieran ver, que se conviertan en momentos culturales” (2017, en red).

Los medios de reproducción digital y la formación del gusto

Para nosotros, los usuarios de estas plataformas de televisión por suscripción, cada vez va a ser más importante conversar con nuestros amigos sobre las series que “debemos” ver y las plataformas a las que “debemos” suscribirnos para verlas. Las lecturas más emocionantes de mi vida fueron por recomendación de amigos, y puedo decir lo mismo de las series. Creo que en el futuro inmediato los consumidores estaremos saltando de un servicio de suscripción a otro en función de las series que estén disponibles. Con el tiempo, es posible que ese tipo de enfrentamiento terminará fatigando a los usuarios como tantos otros enfrentamientos entre formatos y canales; sin embargo, es un hecho que la búsqueda de contenidos de entretenimiento audiovisual ha cambiado para siempre, y ya no va a depender de formatos físicos. Esto va a tener repercusiones inmensas en la formación del gusto de las nuevas generaciones, que se van a alejar de los clásicos del cine. Rachel King sintetiza el papel de los formatos tradicionales de grabación en la difusión de los clásicos audiovisuales:

Los DVD y otras formas de medios tangibles permitieron a la sociedad aprovechar la doctrina de la primera venta. (...) siempre existía la posibilidad de encontrar una copia usada. Además, a las bibliotecas se les permitió hacer copias de videos si la película en cuestión no se podía comprar a un precio justo de mercado. Esto permitió que los profesores universitarios grabaran películas que no estaban disponibles en la televisión o hicieran copias de los videocasetes de sus amigos. Aquí, la ley de derechos de autor y la tecnología se unieron para servir a los espectadores (en este caso, estudiantes de cine), cuyas necesidades eran demasiado especializadas para ser atendidas por el mercado masivo (King, 2015: 2. Traducción propia).

Los formatos físicos tienen una permanencia que los archivos digitales no tienen. Hace un año heredé una maravillosa colección de *Laser Disk* con títulos de ópera que nunca hubiera comprado; la colección es un lastre: ocupa mucho espacio y los reproductores de ese formato son muy delicados, pero la calidad de las portadas me da pistas de la calidad de los contenidos. De alguna manera me siento comprometido a verla. Aunque estuve a punto de no aceptar la herencia, ahora estoy seguro de que debo preservarla. Tenía una fe ciega en que todos los contenidos audiovisuales iban a estar disponibles en internet, pero la realidad es que esos catálogos dependen de la demanda, de la rentabilidad y de complejos asuntos legales.

La suerte de heredar el tesoro de otra persona será cada vez menos frecuente, por lo menos en cuanto a formatos audiovisuales. Va a ser muy difícil que los jóvenes conozcan las listas de reproducción de sus padres. La televisión comercial y pública están sumidas en una profunda crisis, y cada vez se alejan más de los jóvenes, que consumen contenidos mediante dispositivos móviles.

Esperemos que las compañías que tienen los derechos de cine clásico entren en el juego, que hagan alianzas con los competidores de Netflix: Amazon Prime, Hulu, HBO Go y Apple; es una posibilidad, pero creo que el formato de suscripción tendrá que agotarse con el tiempo. YouTube y Facebook forman actualmente el gusto audiovisual de las nuevas generaciones; los servicios gratuitos superan por mucho el número de suscriptores de Netflix; las cosas podrían ser aún más incluyentes; YouTube está iniciando un servicio de suscripción que seguramente le permitirá mejorar su contenido, que de por sí ya responde extraordinariamente a las necesidades de sus visitantes (Casey, 2018). Sería maravilloso que, como empresa, también resolviera el problema de la disponibilidad y rentabilidad de distribuir cine clásico. Por el momento, como plataforma, hace un trabajo maravilloso al difundir las opiniones del público y los cinéfilos: desde comentarios de las películas hasta ensayos críticos de profesores de cine (Mullor, 2017). Después de todo, Facebook y YouTube nos permiten generar y comentar nuestro propio contenido audiovisual.

Referencias

- Blattmann, Josefina (2018). “Netflix: Binging on the Algorithm”, Ux Planet, <https://uxplanet.org/netflix-binging-on-the-algorithm-a3a74a6c1f59>.
- Casey, Henry (2018). “5 Reasons You Should Pay for YouTube Premium”, *Tom’s Guide*, <https://www.tomsguide.com/us/youtube-premium-worth-it,news-24081.html>.
- Clark, Travis (2018). “New data shows Netflix’s number of movies has gone down by thousands of titles since 2010—but its TV catalog size has soared”, *Business Insider*, <https://www.businessinsider.com/netflix-movie-catalog-size-has-gone-down-since-2010-2018-2>.
- Cockroft, Adrian (2011). “Lessons Netflix Learned from the AWS Outage”, *The Netflix Tech Blog*, <https://netflixtechblog.com/lessons-netflix-learned-from-the-aws-outage-deefe5fd0c04>.
- Fiegerman, Seth (2019). “Netflix revela cuántos suscriptores tiene”, *CNN Español*, <https://cnespanol.cnn.com/2019/01/18/netflix-revela-cuantos-suscriptores-tiene/>.
- Hastings, Reed (2017). Entrevista con Peter Kafka, Full interview: Reed Hastings, founder and CEO of Netflix, Code 2017, YouTube, <https://www.YouTube.com/watch?v=tCn4hdTI2jc>.
- Hoff, Todd (2017). *Netflix: What Happens when You Press Play*. Amazon, Kindle Ebook.
- Horowitz, Paul y Hill, Winfield (1980/2018). *The Art of Electronics*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Isaacson, Walter (2011). *Steve Jobs*. Simon y Schuster, Kindle Ebook.

- King, Rachel (2015). “Ever Wonder Why Netflix Offers Bad Movies? Blame Washington, Not Hollywood”, *Pop Matters*, <https://www.popmatters.com/196469-ever-wonder-why-netflix-offers-bad-movies-blame-washington-2495495987.html>.
- Levy, Adam (2018). “Look How Much Netflix Saves by Producing Its Own Originals”, *The Mottley Fool*, <https://www.fool.com/investing/2018/05/20/look-how-much-netflix-saves-by-producing-its-own-o.aspx>.
- Llamas, Manuel (2018). “Hacienda y Amazon. Tres malos argumentos para justificar la farsa del Gobierno de Sánchez”, *El debate de hoy*, <https://eldebatedehoy.es/economia/hacienda-y-amazon/>.
- Matthews, Kayla (2018). “Is Netflix finally going to offer global content?”, *betanews*, <https://betanews.com/2018/09/07/is-netflix-finally-going-to-offer-global-content/>.
- Menn, Joseph (2003). *All the Rage: The Rise and Fall of Shawn Fanning’s Napster*. New York: Crown Business.
- Mullor, Mireia (s. f). “Las 11 mejores cuentas para aprender de cine”, *Fotogramas*, <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/g23246633/mejores-cuentas-youtube-para-aprender-cine/>.
- Netflix (2018). “¿De qué manera Netflix obtiene las licencias de las series y películas?”, *Netflix*, <https://help.netflix.com/es/node/4976>.
- Netflix (2018). “¿Por qué algunas películas y series desaparecen de Netflix?”, *Netflix*, <https://help.netflix.com/es/node/60541>.
- Roxborough, Scott y Ritman, Alex (2018). “As Netflix Goes Global, Can It Avoid Regional Politics?”, *The Hollywood Reporter*, <https://www.hollywoodreporter.com/news/as-netflix-goes-global-can-it-avoid-regional-politics-1102121>.
- Sarandos, Ted (2013). “Making movies by algorithm? Netflix’s magic formula; Interview with Jon Snow. Channel 4 News”, YouTube, <https://www.YouTube.com/watch?v=ANb3wiax4no>.
- Sarandos, Ted (2015). “Netflix chief content officer, Ted Sarandos, sits down with Giselle Fernandez to discuss his vision for Netflix and changing the way Hollywood produces and distributes content”, YouTube, <https://www.YouTube.com/watch?v=IiwjMfhYMik>.
- Schonfeld, Zach (2017). “Netflix and the Slow Death of the Classic Film”, <https://www.scribd.com/article/359044179/Netflix-And-The-Slow-Death-Of-The-Classic-Film>.
- Stone, Brad (2014). *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*. New York: Little, Brown and Company.

ATRACÓN EN LOS LÍMITES: HISTORIAS FRENTE A LA (POS)TELEVISIÓN

Vladimir González Roblero

Mi sillón favorito

El sillón es el mueble favorito en la sala de televisión. El mío está mero enfrente, a pocos metros del aparato. Ese lugar es el preparatorio para lo que va a pasar. Sentado en él, cómodamente, recorro a dos prácticas antes de escoger una película. La primera de ellas es el *zapping*. Recorro los canales uno a uno, hasta encontrar algo que me atrape. Hacerlo en televisión abierta o de paga ahora es cada vez menos común, porque regularmente sé qué programa quiero ver y cuáles son sus horarios. La segunda, el *scrolling*. En los servicios de *streaming*, como Netflix, pasa algo similar al *zapping*. Al entrar a la aplicación, sea en el televisor o en algún dispositivo móvil, recorro la pantalla de arriba hacia abajo y viceversa, mientras observo y leo las reseñas de las series, películas o documentales disponibles.

Las dos prácticas responden a la pregunta ¿cómo miro la televisión? Por lo tanto, son “estrategias”, es decir, formas de hacer. En ese sentido, antes de leer mi trabajo sirvan estas primeras líneas como nota metodológica, información que explica cómo escribí el texto y cómo debe leerse. El trabajo está pensado desde la autoetnografía. Rubén López Cano dice al respecto:

El término suele referirse a estrategias de investigación que pretenden describir y analizar sistemáticamente la experiencia personal del investigador para comprender algunos aspectos de la cultura, fenómeno o evento a los que pertenece o en los que participa (Ellis, Adams y Bochner 2011, 273). Se usa para “incorporar reflexividad sobre los aspectos en que las miradas ajenas al investigador no pueden hacer o están limitadas a hacerlo” (Scribano y De Sena, 2009: 6, en Cano, 2014: 138).

En tal sentido, las observaciones sobre un fenómeno particular, en este caso la emergencia de formas de comunicación, se refieren a mis prácticas de consumo cultural frente a la televisión, específicamente Netflix. Lo anterior se sustenta en una especie de crisis en las ciencias sociales que Immanuel Wallerstein (2005) ha calificado como las incertidumbres del saber, con las que supone dar cuenta de las fronteras borrosas entre las ciencias sociales y las humanidades, incluso con las artes, como he sugerido recientemente (González *et al*, 2019). Uno de los fundamentos epistemológicos de la autoetnografía radica en comprender los vínculos que existen entre quien se autoobserva y el contexto sociohistórico y cultural en el que se halla inmerso (Blanco, 2012).

Las técnicas de investigación autoetnográficas son diversas, pero en ellas priva la creatividad. Podemos identificar la memoria personal, la cronología, el autoinventario, la autovisualización, la autoobservación, la autorreflexión, el relato y la autoentrevista (López, 2014: 146-166). Para este trabajo, escogí dos de ellas con sus respectivas estrategias: la autoentrevista y el relato. Con la primera trato de situar los conceptos teóricos que orientan a los relatos. Se trata de un ejercicio fingido, en el sentido del “como si”. Elaboré un cuestionario con preguntas que quisiera hacer o que me hicieran. De este modo identifico el tránsito de los paradigmas de la comunicación de masas a la posmasiva y con ellos sitúo, en voz de otros autores, mis lecturas, aspectos teóricos necesarios para comprender los fenómenos actuales de la comunicación. En segundo lugar, los relatos. Con dicha estrategia también trato de recuperar el giro narrativo que se ha señalado en algunas ciencias sociales, como son la antropología y la historia. El relato, además, acerca el trabajo del investigador a formas literarias, y lo sitúa en la frontera. Esto también permite profundizar en lo que uno estudia, además de llegar a lugares que la ciencia positivista ni se imagina o, en el mejor de los casos, desdeña.

Ubico las historias en Tuxtla, la capital del estado mexicano de Chiapas. Revisé documentos familiares, como álbumes fotográficos, a los que consideré “lugares de memoria”, con la finalidad de tender un puente hacia mi pasado. Además realicé conversaciones informales con miembros de mi familia, tratando de hurgar en nuestra memoria. Para escribir el relato de mi acercamiento a Netflix, revisé mis redes sociales virtuales, en las que suelo publicar comentarios o fotos de algunas películas o series, y recuperé la bitácora de programas vistos que la misma aplicación genera. A partir de ésta, fui haciendo anotaciones que me permitieron imaginar el “haber-sido”, no como un acontecimiento inventado, sino más bien fingido, es decir, ocurrido en el tiempo histórico pero narrado a partir de sus vestigios. Es un ejercicio de recuperación de la memoria.

Finalmente, la ficción también resulta ser una estrategia metodológica efectiva. La entiendo como *lo fingido*, mas no como *lo ficticio*. Lo escrito aquí se

reconstruye a partir de huellas, es decir, fuentes de información que me conducen a una realidad. Con dichas fuentes escribí los relatos, y de este modo asumí no solamente una cronología, sino también un ejercicio de imaginación en tanto acomodo de los acontecimientos “como si” de ese modo se hubieran presentado, sin que por ello falte al criterio de verdad. En ese sentido, lo aquí narrado tiene lugar en el tiempo histórico.

Migrar hacia los bordes

—¿Eres un migrante digital?

—Más bien me pienso en los márgenes, *between*, dicen los gringos. Con esto quiero decir que, si bien me he movido, no he abandonado mi lugar. Sigo usando los viejos medios de comunicación, leo periódicos impresos y espero pacientemente la hora de las noticias en televisión; de vez en cuando compro una película en DVD o BluRay, y escucho la radio mientras voy en el transporte.

También entiendo que la información ya no fluye solamente por esos viejos medios, sino que internet, y sobre todo las redes sociales virtuales, vinieron a revolucionar los paradigmas. En ese sentido, completo mi información con lo que aparece en Facebook, pero sobre todo en Twitter. También me tomo un tiempo para leer la prensa en línea, sobre todo la nacional e internacional.

Creo que estos dos modelos de la comunicación coexisten. Se ha dicho que el periódico dejará de existir, que el viejo modelo también, pero hemos visto que no es así. Debido a la gran cantidad de noticias falsas en redes sociales, muchos regresamos a los viejos medios para constatar la veracidad de las noticias. Este regreso me hace ver la frontera, la coexistencia. También a veces soy un extraño: la frontera es un espacio escurridizo, sobre todo por la novedad de las redes sociales. Frecuentemente agregan nuevas funciones, nuevos lugares en los que me sitúo y me siento extraño.

—Hablaste de paradigmas, de modelos de comunicación, de viejos y nuevos medios, ¿alguno de ellos desaparecerá?

—No debemos olvidar que los paradigmas son enunciados históricos, es decir, responden a su tiempo, a las estructuras y a las coyunturas que les dieron origen, y como tales tienen su propia duración. Uno de los historiadores más importantes, Fernando Braudel, impulsó desde la Escuela de los Anales su teoría de las duraciones históricas. En su famoso libro *El mediterráneo* (2016) y en *La historia y las ciencias sociales* (1970), planteó una triple temporalidad histórica: larga, mediana y de corta duración. La primera de ellas se trata de estructuras sociales de muchos años, cientos, que a veces se confunden con un tiempo inmóvil, casi geográfico; la segunda es el tiempo

de las coyunturas, la convergencia de fenómenos históricos que explican hechos duraderos y, finalmente, el tiempo del acontecimiento, el día a día.

Mi percepción es que los paradigmas de la comunicación mediática, la comunicación de masas y la posmasiva han tenido una duración que se articula a estructuras políticas y tecnológicas. En primer lugar, recordemos que la comunicación de masas, desde al menos la prensa del siglo XIX, jugó un papel muy importante en la conformación y difusión de ideologías de grupos que se disputaban los poderes políticos (Del Palacio, 2006). Entonces se vinculó con esferas del poder. Además de esto, como lo han mostrado Jesús Martín-Barbero (1991) y Néstor García Canclini (1995), por ejemplo, los medios de comunicación masivos han sido vehículos idóneos para la construcción de identidades colectivas, de nacionalismos y, por lo tanto, han servido como recursos de legitimación. Desde esta perspectiva entendemos que los medios y los paradigmas que los fundamentan tienen su propia duración, articulada a estructuras políticas, económicas y sociales. Esta idea subyace en Althusser (1988), quien señalaba que los medios reproducen el sistema dominante.

En segundo lugar, el desarrollo de la tecnología es fundamental para la comunicación de masas, desde la imprenta hasta nuestros días. La tecnología de la comunicación ha configurado la forma en que miramos al mundo, lo nombramos, lo representamos y lo experimentamos. Quizá el análisis manido al respecto es el que hizo Marshall McLuhan (1972), quien pensó los medios como extensiones de los sentidos del hombre. También acuñó la famosa frase “el medio es el mensaje”. Con ambos aforismos comprendemos el alcance de la tecnología de la información en la sociedad, específicamente en el *ethos* moderno. De este modo, McLuhan señala el tránsito de sociedades tribales, como él las llama, donde la comunicación se da a través de procesos orales, a sociedades donde la oralidad se pierde y la comunicación se da a través de tecnologías. La imprenta revolucionó los modelos de comunicación basados en la oralidad y dio pie a la palabra impresa como garante incluso de la verdad. Ni qué decir de la radio, la televisión y el cine, donde lo audiovisual supone una nueva era de la comunicación.

Lo explicaré primero con el viejo modelo de la comunicación de masas. Debemos a Charles Wright (1995) un estudio importante de la comunicación masiva que sienta las bases para el entendimiento de este fenómeno en la sociedad. Recordemos que este autor considera la comunicación masiva como aquella que sucede gracias a la tecnología de la información y la comunicación, pero a la que el uso de la tecnología no define. Ahora bien, como paradigma, la comunicación masiva obedeció a ciertas estructuras políticas y tecnológicas que se caracterizaron por el manejo y control de la información por parte de los Estados, y supuso ciudadanos con poca capacidad de acción y nulo acceso a los medios.

Pero, como hemos visto, esas dos condiciones, el poder omnipresente del Estado y el nulo acceso a la tecnología de los ciudadanos, ya no son las narrativas dominantes. Ahora estamos frente a la reducción del Estado y la emergencia del ciudadano con mayor presencia en espacios públicos a través de la tecnología, específicamente gracias a internet y a las redes sociales virtuales. Como advertimos, el viejo modelo de la comunicación de masas parece llegar a su fin, pero tampoco debemos darlo por muerto. Ese modelo que explicaba Wright (1995) resulta poco útil para comprender el contexto actual. Por eso ahora se habla de la comunicación posmasiva.

La comunicación posmasiva es el modelo que emerge después del agotamiento de los viejos medios de comunicación, como la prensa escrita, la radio y la televisión; tiene como antecedente la aparición de internet; la primera articulación a una estructura política y económica se halla en la globalización. Ya desde la comunicación masiva podemos decir que existe una relación entre la tecnología de la comunicación y la globalización, pues el mismo McLuhan (1972) definió el mundo como una aldea global. Pero internet posibilitó con mucha mayor rapidez la interconexión entre personas ubicadas en distintos países y aceleró distintos procesos globales en los ámbitos económicos, políticos y culturales (Giménez, 2006). Asimismo, el avance tecnológico fue posible gracias a procesos vinculados con la globalización del capital, las libertades individuales y las rivalidades en el mundo bipolar que surgió después de la segunda guerra mundial, y que propició el desarrollo tecnológico en el seno del ejército norteamericano (Castells, 2001).

Con lo anterior quiero decir que los modelos de comunicación tienen su propia temporalidad, y que esto no significa que no convivan, y que la decadencia de uno no se empalma con la emergencia de otro. Eso es lo que está pasando en nuestros tiempos.

—Por eso te miras en frontera.

—Sí. Como podemos intuir, este espacio fronterizo, estar entre dos mundos, el real y el virtual, no es exclusivo de los migrantes digitales. Tanto éstos como los nativos digitales usamos los viejos y los nuevos medios. Más aún, cuando en las redes sociales virtuales proliferan las noticias falsas, volvemos a los medios tradicionales, lo cual también implica el reto de que estos medios vuelvan a ganarse la confianza de la gente. Entonces todos estamos en esa frontera.

—¿Qué caracteriza a ambos modelos o paradigmas?

—Contrario a lo que se podría pensar, no es la tecnología, sino el uso de ésta (Wright, 1995; Castells, 2001). En el caso de la comunicación masiva, la tecnología posibilitó la transformación de la experiencia de la comunicación. De este modo, y aquí sigo

a Wright (1995), se explica por la naturaleza del auditorio y la especialización del comunicador. Desde entonces se hablaba del monopolio de la comunicación, es decir, de la producción de mensajes por parte de un pequeño grupo de personas, los comunicadores —sujetados al poder del Estado, primero, y del mercado, después—, quienes de manera vertical decidían qué decir y cómo decirlo, no interactuaban con sus audiencias y estandarizaban los mensajes destinados a una *masa*. Además, los mensajes eran de uso perecedero, sobre todo en radio y televisión, pues se emitían y eran recibidos por una audiencia que coincidía en tiempo, mas no en espacio.

El monopolio de la comunicación, los usos perecederos y la idea de masa pronto se vieron superados, vertiginosamente, por la irrupción de nuevas tecnologías, lo que supuso nuevas experiencias. Este fenómeno no podía explicarse con los mismos paradigmas, por lo que la propia comunidad científica acuñó eso que llamaron “posmasivo” (Portillo y Cornejo, 2012). Así, donde había monopolio, hubo descentralización; donde había audiencia pasiva, hubo producción de mensajes por parte de los receptores; donde había censura, hubo desregulación; donde había verticalidad, hubo horizontalidad; donde había masa, hubo individualidad, y donde había realidad, hubo virtualidad.

De este modo emergió el sujeto y se superó lo masivo. ¿Qué implicó esto? Sobre todo con el advenimiento de las redes sociales virtuales, lo que antes era exclusivo de los grandes y viejos medios de comunicación “se democratizó”, por decirlo de alguna manera. Los sujetos ahora tenemos la posibilidad de escoger nuestra propia información y acceder a ella en cualquier momento, pero además, y considero que eso es lo importante, generar nuestros propios contenidos y compartirlos a través de dichas redes. Así se redimensionan conceptos como periodismo ciudadano, porque las personas pueden informar lo que sucede a su alrededor, incluso criticar a través del humor, como sucede con los memes; asimismo, crear contenidos audiovisuales a través de distintas plataformas y aplicaciones, con lo que le quitan a los medios masivos de comunicación la paternidad de aquello que llamamos radio, televisión o prensa. Claro que esta libertad y novedad también conlleva una responsabilidad. Hoy como antes sigue siendo urgente la alfabetización audiovisual.

Quiero insistir en que los modelos no son excluyentes; la realidad y la misma virtualidad nos han mostrado lo contrario. Somos capaces de generar contenidos informativos o de entretenimiento, de compartir la cotidianidad, pero también de empobrecer los mensajes que circulan en el ámbito de lo público. Dicha circunstancia es una oportunidad para la vigencia de los viejos medios de comunicación de masas, cuyos contenidos transitan, en un fenómeno transmedia, entre las viejas tecnologías y las nuevas. La oportunidad a la que me refiero supone recuperar las audiencias que prefieren las redes sociales, pero que ante las *fake news* o la ausencia de criterios

éticos para transmitir, por ejemplo imágenes con alto contenido violento o que violan los principios elementales de los derechos humanos, regresan a la prensa, la radio o la televisión.

Entonces conviven los dos modelos o paradigmas de la comunicación, y en la práctica nos hallamos en un espacio de encuentro, de tensiones, de transgresiones entre los viejos y los nuevos medios. Usamos el teléfono celular para generar y compartir información, también para participar en un nuevo escenario de lo público, la virtualidad; pero regresamos a los viejos medios, a la televisión análoga por ejemplo, y nos atenemos a sus horarios para mirar un partido de fútbol o las noticias.

—¿Netflix y los servicios de *streaming* representan la nueva televisión?

—La comunicación posmasiva ha puesto en crisis nuestras ideas, una de ellas es acerca de la televisión, a la que concebimos como institución social productora de sentido, como son los medios (Sandoval, 2013). Me parece que esta idea no ha caducado; lo que han caducado son las formas de hacer televisión. Si recurrimos nuevamente a los paradigmas de la comunicación, la “tele” sujetaba a sus audiencias a capricho, pues era la única que generaba contenidos audiovisuales y decidía en qué momento transmitirlos. Las ideas de tiempo, es decir, de programación y producción de contenidos, han sido los parámetros que nos ayudan a pensar en otra televisión. Todo comenzó con la convergencia de nuevas tecnologías y las prácticas de comercialización y consumo. Tal vez lo primero fue la aparición de las videocaseteras en formatos beta y VHS, y posteriormente DVD (Costas, 2014). Entonces se fundaron videoclubes, lo que supuso la distribución distinta de los contenidos audiovisuales, a demanda de los consumidores, y prácticas distintas de consumo cultural, puesto que el televidente determinaba qué ver y a qué hora. De hecho, el modelo de Netflix se basa en los videoclubes, pero con la novedad de que los lugares físicos dejan de existir, pues la oferta de películas y series se aloja ahora en internet. Después la televisión de paga también innovó otras formas de consumir: la programación bajo demanda. Se tuvo que pagar por mirar una película o serie; al hacerlo, ésta quedaba disponible durante cierto tiempo.

Desde entonces la idea de televisión comenzó a ser caduca, hasta llegar a Netflix y a otros servicios similares. La televisión, es decir, el aparato receptor, dejó de ser necesario, pues emergieron los dispositivos móviles. Recuperamos la idea de la comunicación posmasiva para entender el fenómeno Netflix: los espectadores son activos, pues tienen la capacidad de marcar el ritmo de su propio visionado (García, 2014); descargar material audiovisual y almacenarlo en sus dispositivos móviles; hacer comentarios críticos y colaborativos de la oferta audiovisual; complementar

la información en la red y *social media* sobre las series, documentales o películas, y sobre todo, darse “atracones” (Costas, 2014), es decir, concluir la totalidad de capítulos en una tarde. Todo esto supone el fin de la televisión (Costas, 2014; García, 2014) o la inauguración de una nueva televisión (Barajas, 2013).

—¿Entonces nuestros consumos culturales han cambiado?

—No solamente nuestros consumos, sino también las prácticas de consumo cultural. Nuestros consumos son distintos debido a la posibilidad de acceder a contenidos que la televisión abierta no ofrece, alguna vez controlada por el Estado, y ahora por el mercado. Nuestras prácticas de consumo son hipermediales y transmedia. Los medios han diversificado sus contenidos articulándolos con otros, y nosotros mismos transitamos en medios para complementar la información y la experiencia que implica, por ejemplo, atascarse con una serie.

Admiral, ¿la recuerdan?

Debió haber sido el año 1982 cuando explotó el volcán Chichónal y sus cenizas llegaron hasta Tuxtla, ciudad a donde llegamos a vivir un par de años atrás, procedentes de Tepic, Nayarit. Tenía cinco años de edad; recuerdo a mi papá que con un pañuelo como tapaboca salió al patio con un frasco de mayonesa o algo parecido, juntó cenizas y las colocó en una repisa en la cocina. Conservó el frasco por años, hasta que se perdió con el cambio de casa.

Lo que no se extravió fue la Admiral, la primera televisión a colores que tuvimos y que seguramente compramos en Salinas y Rocha, tienda de electrodomésticos. Antes de ella teníamos una Phillips muy pequeña, en blanco y negro, con antena de conejo. Ahí vi *Macario* (Gavaldón, 1960), la película cuya historia se adaptó de un cuento homónimo de B. Traven. La Admiral se convirtió muy pronto en la reina del hogar, sobre todo porque años después, en 1986, se disputó en México el mundial de fútbol. Ese fue el primer gran evento masivo al que asistí a través de la televisión.

El aparato tenía un lugar especial; se imponía en la sala de la casa, frente a los sillones. Durante la tarde, después de la escuela y la tarea, nos dejaban ver caricaturas como *La pantera rosa* o el *Gato Félix*; más tarde era el turno de las telenovelas, y hacia la noche, las noticias o el box. Lo bonito eran los fines de semana, pues nos reuníamos en familia a mirar televisión. No es que la oferta fuera sensacional; las películas del Santo y Blue Demon, los enmascarados y otras linduras de ese tipo nos encantaban. ¿A quién no? Ahí estábamos todos los hermanos prendidos a la televisión, en corro. El ritual comenzaba después de la comida, o incluso a la hora misma. Los sábados daban las películas de luchadores o las de Tin Tan. Al siguiente día las funciones eran cine de permanencia voluntaria, películas hollywoodenses. Eran ya los años noventa.

En alguna ocasión la Admiral se descompuso. Una década dio batalla hasta que empezó a fallar. Cerca de la casa vivía un técnico en televisiones; mis papás la llevaban y tardaban un par de semanas, sino es que más, en devolverla. Entonces era la ocasión perfecta para estrechar lazos con los vecinos: a la hora de las películas nos íbamos con los que vivían enfrente de la casa; después de la comida tocábamos su puerta, y pasábamos la tarde viendo televisión. Íbamos sólo los chicos, y nos daban palomitas y agua de limón.

Me hice aficionado a las Chivas. Mirar los partidos los fines de semana, los domingos a las 12 del día, también tenía su ritual, que comenzaba con la reunión familiar alrededor de la Admiral. Al terminar el encuentro sacábamos la pelota y jugábamos una cascarita en el estacionamiento; a veces sólo practicábamos “tiritos” en una portería improvisada con los árboles de almendro frente a la casa, a los que atravesábamos otro palo como larguero.

Pero la Admiral se hizo obsoleta, pues una nueva tecnología surgía y necesitábamos un nuevo televisor. En realidad, la videocasetera tardó en llegar al hogar. Mientras esperábamos religiosamente la hora para que iniciara tal o cual programa, algunos “vecinitos”, los adinerados, o eso pensábamos, ya veían en una video beta películas rentadas en el videoclub. Así que algunas veces nos invitaban. Por lo tanto, había ya una primera vuelta de tuerca; el horario para sentarse al televisor se modificaba, así como nuestra capacidad para elegirlos. Ahora podíamos escoger de entre varias opciones del videoclub.

La Admiral dio paso a una Sony Trinitron que compraron mis papás en la tienda del ISSSTE; Se impuso el cambio porque tarde o temprano la beta debía arribar a la casa. Así fue. Cuando compramos la videocasetera la conexión con cable coaxial fue necesaria, y la admiral no tenía estas entradas. Además, era bonito que implicaba otra revolución en nuestra forma de ver televisión: tenía control remoto; el *zapping* se asomaba.

Ni tarde ni perezosos también hicimos los trámites para hacernos socios del videoclub más cercano en los locales comerciales de la colonia, pues la mayoría se ubicaban en el centro de Tuxtla. Entonces dijimos adiós al cine de manera voluntaria. Cambiaron los dispositivos, pero las formas de ver la tele eran casi las mismas, pues todavía era el centro de la pequeña sala, sólo que ahora, debajo de ella, en el mueble que la albergaba, se ubicaba la video. Primero fue una beta y después una VHS. No me pregunten cuáles eran las diferencias. Sólo recuerdo una de ellas. Los videos VHS eran de mayor duración, lo que permitía grabar programas más largos, como partidos de fútbol, videos musicales o películas. Así que una de nuestras aficiones fue grabar programas de la televisión. Cuando los habíamos visto todos, o no habíamos rentado películas, mirábamos el video de la boda de un tío, o de la familia a la que visitábamos cada dos años. Era nuestra industria de la nostalgia.

Los fines de semana comprábamos palomitas, rentábamos películas y nos tirábamos en los sillones o tendíamos una colchoneta en el piso. Nos despedimos de las películas que pasaban en la televisión. Pero sólo de ellas, porque las telenovelas, los noticieros, las peleas de box y los partidos de fútbol se transmitían en un horario específico. Ésa era la tiranía del televisor y también los momentos para hacer nuestras actividades según nuestros gustos. Mi mamá y mis hermanas miraban las telenovelas. Mi hermano y yo los partidos de fútbol o los de basquetbol, que para entonces entronaban al “Magic” Johnson, Michael Jordan y Scottie Pippen. Por las noches las noticias nos reunían mientras cenábamos; para finalizar el día durante los fines de semana, el box. Sólo mi papá se desvelaba en esas funciones. Es cierto, y qué, los segmentos se construían en torno al género y la edad.

El único problema era cuando las cintas se enredaban en la videocasetera; era un arte sacarlas, cuidar que no se rompieran, deporte peligroso si se trataba de una película rentada. Corríamos el riesgo de perder la membresía y pagar el daño, en el peor de los casos, o pagar una multa o recargo porque entregábamos la película un par de días después, cuando la contingencia había pasado.

La Trinitron se conectaba con cable coaxial, lo que abrió la puerta para otra innovación: la televisión de paga, que para nosotros fue posible hacia finales de la década de 1990. Mis tres hermanos y yo estábamos en la universidad o habíamos egresado de ella, así que los gastos familiares se distribuyeron. Entre ellos, el pago de la televisión por cable. Era tanta la oferta de programas que se impuso el *zapping*. El desembarazo económico alentó un descubrimiento: el cable podía conectarse a distintos televisores. En su momento solamente el aparato receptor de la sala estaba conectado, mas no el del cuarto de nuestros padres. Primero intentamos sacar la señal a dicha habitación, y en vista del logro compramos otra tele para mi cuarto, y después otra para el cuarto de mis hermanas. Todos tuvimos tele con cable. Fue el comienzo de lo que se vino después: mirar la tele como un acto individual.

Para entonces la Admiral estaba arrumbada entre las cosas viejas y en desuso. Se convirtió en un recuerdo. Algún día, años después, mi papá la quiso tirar, pero lo convencí de que eso no podía ser. Ante la inminencia le tomé una foto y la subí a Instagram. Estábamos ya en otra era de la comunicación.

Mi primer “atracción”

Para los historiadores el origen es una suerte de trauma. Dice Marc Bloch en su iniciático *Introducción a la historia* (2000) que esto se debe al fundamento judeocristiano que nos subyace. Tal vez tenga razón. Siempre buscamos el origen, como si del inicio de los tiempos se tratara; de este modo miramos el pasado en busca del lugar traumático, es decir, del suceso que nos permite identificar una ruptura o herida, según la etimología del trauma. Aquí voy: ¿cuándo fue mi primer “atracción” de series?

Cuando compramos la SmartTv, en casa supimos que la novedad era que podía conectarse a internet. Entonces la televisión por cable se fue al caño, o al menos eso han creído muchos. Sigo en la frontera, pues soy migrante digital. No me olvido de la programación analógica, la que nos condena al horario, esa convención.

Quiero remitirme al origen antes del origen. ¿Eso se puede? Supongo que sí, pues la SmartTv significó el tránsito hacia los dispositivos móviles, todos ellos agradecidos con internet. En la universidad, en la década de 1990, apenas y teníamos acceso a internet. Los compañeros, y uno mismo, decíamos con sorpresa: escribe cualquier cosa en el buscador y ahí está. Cierto. Antes de los cibercafés acudía a las oficinas de Telmex a navegar en la web, donde creé mi primer correo electrónico. Después al cibercafé, en ese entonces un gran salón ubicado arriba de una radiodifusora por el rumbo de Terán, antigua delegación de Tuxtla. Era la versión real de las salas virtuales de chat.

El primer contrato de internet lo hicimos hacia finales de la década. El servicio era lentísimo y ruidoso. Como sólo teníamos una computadora ubicada en la sala de la casa, nos turnábamos para navegar. Eran los tiempos de la web 1.0. Nada de compartir, ni subir, ni descargar. Tampoco *post* ni comentarios. Navegar era como mirar televisión, sin posibilidades reales de interacción. Con el paso del tiempo eso cambió. Editaba un fanzine, y cuando comenzaron a aparecer los blogs, trasladé sus contenidos a uno de ellos, que permitía dejar comentarios, por lo que la interacción poco a poco se fue haciendo común. Además, para entonces existían plataformas como Napster para bajar música... y virus. Asimismo aparecieron algunas aplicaciones para conversar en línea, como icq, que instalé en la computadora de la casa y de la oficina. La novedad era que podíamos chatear con personas de otros países. Los tiempos muertos pronto fueron espacios virtuales de socialización. Con tales avances, la mesa estaba servida para decir adiós a los viejos medios de comunicación.

Vuelvo a la SmartTv. Este aparato significó el tránsito hacia nuevas formas de mirar la televisión. Colocamos la pantalla en la sala, muy cerca del módem, y a través del cable ethernet —ese amarillo que siempre venía de cajón—, la conectamos la red. Las primeras experiencias las vivimos a través de plataformas o aplicaciones de televisión bajo demanda. ¿Qué era eso? Una novedad, ciertamente. Las tardes llenas de ansiedad anunciaban su fin. No era necesario esperar la hora exacta para prender el televisor y mirar la película, serie o programa favorito, aunque fuese permanencia voluntaria. Ahora esas producciones estaban disponibles en línea, listas para ser vistas a la hora quisiéramos.

Experimentamos, además, el tránsito de la vieja televisión hacia la postevisión. Este momento era como un limbo, una frontera entre lo instituido y lo moderno. Resulta que las películas, series u otros programas eran los mismos que la televisión

abierta o la de paga. Las plataformas no tenían producciones propias, repetían lo que la otra televisión, la vieja, programaba en horarios estrictos. En esto radicaba su novedad. Podíamos escoger la “peli” y el horario, comprar palomitas y sentarnos a mirar a la hora que quisiéramos.

Después llegó Netflix. El runrún andaba ya en las calles, en las redes, y pronto llegó a la casa. La tele no tenía la aplicación y al principio la novedad nos era lejana, por no decir ajena. Un buen día decidimos cambiar el DVD por un BluRay, mejor definición aunque películas más caras. Al conectar el aparato nos dimos cuenta de que ahí estaba la aplicación de Netflix. Hicimos una cuenta, primero con el correo electrónico y después con el perfil de Facebook de Talita. Al principio configuramos sólo un perfil de usuario, no era el mío. Todavía habitábamos un lado de la frontera, pero comenzaba nuestro andar migrante hacia lo digital. Al configurar los dispositivos buscamos las películas de nuestros directores favoritos. Algunas de ellas estaban. Fue un sentimiento de frustración. ¿Qué distinguía a Netflix de las otras plataformas? Ya nos habíamos habituado a escoger libremente nuestra programación.

Al poco tiempo entendimos la apuesta de Netflix: producciones propias o exclusivas de plataforma. Antes de las películas fueron las series. La primera que vimos completa fue *Jessica Jones* (Iacofano, 2015), del mundo Marvel, en la que una (anti)heroína de oficio detective, alcohólica y con otros superpoderes, resuelve asesinatos, robos, injusticias, y al mismo tiempo lucha contra villanos también superpoderosos, a quienes les impide causar el mal. La vimos juntos, en familia, y después creé mi propio perfil. Para entonces el BluRay era historia en dos sentidos. El primero, ya casi no comprábamos películas, ni siquiera en el formato DVD. Esporádicamente adquiríamos alguna, sobre todo las que merecen estar en una videoteca físicamente. El segundo, la SmartTv se hizo obsoleta muy rápidamente. Las nuevas tenían ya Netflix, además de aplicaciones similares como Claro. Por eso decidimos cambiar la pantalla, y ahora mirábamos series y películas sin que mediara el BluRay.

Como ya tenía mi perfil, empecé a escoger programas de mi interés. El primero que miré se llamaba *Los punks: we are all we have* (Boatwright, 2016). Se trata de un documental sobre el movimiento punk en Los Ángeles, Estados Unidos, donde la comunidad latina juega un papel muy importante. Posteriormente el documental: *Kurt Cobain. Montage of heck* (Margen, 2015), pero lo dejé a la mitad; me aburrí. Los dos fueron el mismo día, una tarde de agosto del 2017. Después de eso pasaron dos semanas más para que entrara a mi perfil, (ahora me siento frente a la televisión, sobre todo en las tardes cuando estoy solo). Busqué una serie y escogí *The Defenders* (Clarksons, 2017), que son los personajes de Marvel, todos los superhéroes, y además tienen sus propias series. La primera tarde

miré dos capítulos, de una hora cada uno; al siguiente día, un capítulo; después dos seguidos más y, finalmente, una semana después de haber iniciado, los tres últimos. Creo que estaba a las puertas de eso que llaman maratón de series o atracón. Lo de *The Defenders* todavía no se podía llamar así.

El verdadero atracón de series sucedió unos días después, en septiembre. Fue en los días feriados. En Chiapas suelen suspenderse labores académicas para conmemorar la federación de Chiapas a México el día 14, y la Independencia de México el día 15. A veces, como fue en esa ocasión, se toman puentes largos, de tres días. Entonces tuvo lugar mi primer atracón. La serie que escogí por recomendación de Talita fue *Sense8* (Wachowski, 2015). De hecho, comenzamos a verla juntos. Ese día solamente fue un capítulo, pero el deseo que la serie despertó en mí, las ganas de mirar los demás capítulos, se convirtió en ansiedad apenas un día después. No esperé a Talita, tomé el control de la televisión y entré a Netflix. Esa tarde miré cuatro capítulos de un tirón. Experimenté sentimientos encontrados: una tarde completa frente al televisor, arrellanado en el sillón desde donde miraba con el rabillo del ojo mis libros, la laptop y las notas que debía desarrollar. Abandoné esas obligaciones. La siguiente tarde fue mi perdición: miré los siete capítulos restantes, uno tras otro, en un vendaval de imágenes, acrecentando mis relaciones parasociales, prendándome de sus personajes, odiando a sus contrincantes. Fue tan adictivo. No sentí cómo llegó la noche, y con ella Talita, sorprendida porque había visto sin ella, en un maratón, toda la primera temporada.

El fin de semana, después de nuestra rutina, nos sentamos todos en la noche a ver la televisión. De seguro fue alguna película familiar sin registro en mi bitácora, porque usamos el perfil de Talita. A la primera oportunidad un par de días después, volví a la segunda temporada de *Sense8*. Una vez encarrerado, las siguientes series que vi en atracón o no, pero a velocidades récord, fueron *Club de Cuervos* (Alazraki, 2015), de la que terminé sus tres temporadas en una semana, *Limitless* (Sweeny, 2015), y así, hasta completar 12 series en el año de 2017.

La adicción no terminaba ahí, la nueva soledad tampoco. Para acentuar el carácter individual de mis modos, nuevos ellos, de ver la televisión, el ritual consistía en antes, después, al mismo tiempo, *multitask*, buscar en el teléfono celular más información sobre las series, las actrices, los actores, los directores, con el riesgo de sufrir *spoiler*. Y ocurrió. Más de una ocasión terminé enterándome de los finales. Sin embargo, me situaba ante lo posible, es decir, los modos distintos en que se resolvía la historia. También tuiteaba o comentaba en Facebook cada novedad, reflexión o comentario que cada uno de los programas me suscitaba. Además, también me convertí en *stalker*, haciendo *scrolling* en las redes sociales de Krysten Ritter, la actriz de *Jessica Jones*, personaje del que, no lo cuenten, me quedé prendado.

Abandono o límite

¿Por qué no cancelas el cable?, me sugiere Talita. Le digo, pomposamente, que vivo atrapado en los dos mundos, el análogo y el digital, el real y el virtual. Sigo pensando en el horario de las noticias, de los partidos de fútbol en vivo, de los programas de análisis político y deportivo hacia el final del día. Son rituales que marcan el término de la jornada. Cuando los quehaceres concluyen, comienza el descanso frente a la televisión mirando los programas en el sofá o en la cama.

Estas ritualidades son difíciles de abandonar, y más aún, conviven con nuevas formas de estar en la era de la comunicación. En ese sentido, como los dos relatos muestran, en esos momentos, después de la faena diaria, sostengo con una mano el control de la televisión y con la otra el teléfono celular. Gustos culposos.

Referencias

- Althusser, Louis (1988). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado. Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Barajas, Rafael (2013). “La televisión por Internet: de la convergencia a la mutación”. *Quórum Académico*, 2, 277-288.
- Blanco, Mercedes (2012). “Autoetnografía: una forma narrativa de generación de conocimientos”. *Andamios*, 19, 49-74.
- Bloch, Marc (2000). *Introducción a la historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Braudel, Fernando (1970). *La historia y las ciencias sociales*. Madrid: Alianza editorial.
- Braudel, Fernando (2016). *El Mediterráneo y el mundo mediterráneo en la época de Felipe II*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castells, Manuel (2001). *La galaxia internet*. Madrid: Plaza y Janés.
- Costas Nicolás, Jaime (2014). “El flow se estanca: el contramodelo “televisivo” de Netflix”. *Estudos de la Comunicação*, 38, 244-256.
- Del Palacio Montiel, Celia (coord.) (2006). *La prensa como fuente para la historia*. México: Porrúa.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Martínez, Alberto Nahum (2014). “El fenómeno de la serialidad en la tercera edad de oro de la televisión”. En Enrique Fuster (coord.), *La figura del padre nella serialità televisiva* (pp. 19-42). Roma: Pontificia Università della Santa Croce.
- Giménez, Gilberto (2006). *Teoría y análisis de la cultura*. México: Conaculta.
- González Roblero, Vladimir, Gil Corredor, Claudia y Ruiz, Amín (2019). *Arte Manifiesto*. Chiapas: Unicach.
- López Cano, Rubén y San Cristóbal Opazo, Úrsula (2014). *Investigación artística en música. Problemas, métodos, experiencias y modelos*. Barcelona: Conaculta, Esmuc.
- Martín-Barbero, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- McLuhan, Marshall (1972). *La galaxia Gutenberg*. Madrid: Aguilar.

- Portillo Sánchez, Maricela y Cornejo Portugal, Inés (2012). *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. México: Universidad Iberoamericana.
- Sandoval, Luis Ricardo (2013). *Medios, masas y audiencias: lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia: Universitaria de la Patagonia, edupa.
- Wallerstein, Immanuel (2005). *Las incertidumbres del saber*. Barcelona: Gedisa.
- Wright, Charles (1995). *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*. México: Paidós.

Filmografía

Series

- Alazraki, Gary (prod.) (2015). *Club de Cuervos*. México: Alazraki Films.
- Clarkson, S. J. y otros (prods.) (2017). *The Defenders*. Estados Unidos: Marvel, ABC.
- Iacofano, Tim (prod.) (2015). *Jessica Jones*. Estados Unidos: Marvel, abc, Netflix.
- Sweeny, Craig y otros (prods.) (2015). *Limitless*. Estados Unidos: CBS.
- Wachowski, Lana y Lilly Wachowski (dirs.) (2015). *Sense8*. Estados Unidos: Anarchos Production.

Documentales

- Boatwright, Angela (dir.) (2016). *Los punks: we are all we have*. Estados Unidos: Agi Orsi Productions, Fusion, Univision Documentary.
- Gavaldón, Roberto (dir.) (1960). *Macario*. México: Clasa Films Mundiales.
- Margen, Brett (dir.) (2015). *Cobain: montage of heck, documental*. Estados Unidos: HBO, Polder Animation.

VISTOS RECIENTEMENTE

STREAMING WAY OF LIFE: DE LA DECADENCIA NACIONALISTA A LA NETFLIXMANÍA

Raciel D. Martínez Gómez

Para que el director estadounidense Steven Spielberg, el “rey Midas” de la industria de Hollywood, se sintiera incómodo con el éxito de una plataforma como Netflix (Ximénez, 2019), es que se trataba de un epifenómeno de comunicación con consecuencias inabarcables y sin precedente en la historia mediática de reciente cuño. Claro, lo que poderosamente vence al director de *Tiburón* (Spielberg, 1975) es que el modelo de negocio que catapulta los productos en *streaming* (entendido como la transmisión de contenido multimedia vía internet) rompe con las reglas tradicionales y más formales de las grandes casas productoras. Y es que han visto, no obstante las ganancias pingües con sus *blockbusters* de verano y sus eternas secuelas de súper héroes, disminuir sus márgenes de capital y, sobre todo, perder con facilidad en los niveles comparativos de públicos cautivos, cada vez más convencidos de que el cine se ve en línea con monitores personales.

De hecho, Spielberg subió de tono su queja con relación a la cantidad de nominaciones de una película como *Roma* (2018), del director mexicano Alfonso Cuarón, que no sólo “robaba” el escenario en la categoría de película extranjera, de habla no inglesa, sino que “invadía” como fuerte favorita el resto de las categorías. En términos generales, Spielberg teme que las plataformas de video financien el nuevo cine (o los nuevos contenidos, por aquello de que estamos refiriéndonos a la cultura multimedia), y dejen en etapa terminal a la industria del cine.

Netflix, en el sentido del temor de Spielberg, ya produce sus propios contenidos, como la citada *Roma* de Cuarón, con estupenda aceptación en diferentes festivales del mundo. Se pueden apreciar también directores de la calidad de Dan Gilroy (*Nightcrawler*, 2014), quien rodó *Velvet Buzzsaw* (2019) para la plataforma. Asimismo, los hermanos Coen se estrenaron en el *streaming* con *La balada de Buster Scruggs* (2018). Hay ejemplos, como el de *Noche de lobos* (Saulnier, 2018), que quedaron en medio del pleito entre el Festival de Cannes y Netflix. Otras muestras de producciones con directores renombrados son *A ciegas* (2018), de la cineasta del grupo Dogma, Susanne

Bier; *High flying bird* (2019), de Steven Soderbergh; *Paddleton* (Lehmann, 2019) o *Jim y Andy* (Smith, 2017), documental producido por Spike Jonze, por subrayar algunos de los contenidos que expresamente delinear ese brinco del cine a las plataformas.

Sin embargo, más allá del diferendo económico entre las élites productoras, el epifenómeno que figura la vasta recepción de la opinión pública a consecuencia del mega posicionamiento de la plataforma de Netflix merece varios comentarios a la vez polifónicos, si se quiere, o multidisciplinarios, académicamente hablando. Y es que las teorías de la comunicación ya son insuficientes para entender los procesos modernos de comunicación (Mattelart, 1997). No se trata de la consabida manipulación mercadológica —o no sólo ello—, como antes se pensaba que operaba la comunicación a mitad del siglo pasado, según estudios funcionalistas. El efecto *narcotizante* de los medios ya ha sido superado como dilucidación única; la explicación compleja no descarta las campañas mercadológicas que atisban los perfiles de los públicos con un radar sorprendente, pero sí abona con análisis donde se observan más factores por los que una plataforma de contenidos se apodera de la atención de los diferentes nichos de mercado en la sociedad o, para ser más precisos, en las sociedades. Lo que antaño se estimó como modelo de propaganda de un sistema de vida (Mattelart y Dorfman, 1972), hoy podemos entenderlo con la noción del consenso gramsciano (Esteinou, 1983), en la que se coopta la diversidad cultural a partir de empoderamientos sin censura y sin exclusividad.

Aparte, la verticalidad aludida dejó de activarse bajo los modos de procesamiento de la información en la etapa de la globalización. En la actualidad tenemos un esquema de comunicación derivado de las tecnologías de la citada globalización (Castells, 2000), en el que concurren más esquemas de horizontalidad donde el receptor varía su rol hacia perceptor e, inclusive, se erige como emisor eventual de los procesos comunicativos (Martín-Barbero, 1987 y 1989). La novedad de esta horizontalidad en la comunicación de masas es el consumo bajo demanda. Sí, los contenidos “a la carta” modifican sustancialmente el quehacer de los públicos, que ahora controlan y administran la secuencia y la rutina de su visualización.

Lo que intentamos esbozar es que la prevalencia de Netflix no es un asunto de generación espontánea. Para que este nivel de impacto se haya dado así, se requieren circunstancias que conllevan historia; es decir, están íntimamente ligadas a factores que se fueron cimentando a lo largo de los últimos 50 años. Podríamos también aludir a una especie de ADN cultural mexicano en donde se ubica una tradición arraigada en nuestro espectro mediático: las telenovelas. Se sabe que México encabeza la lista de mayor consumo de Netflix (Aristegui, 2019); nos distinguimos a nivel mundial por ser arduos maratonistas de fin de semana que devoran series sin ningún empacho. No obstante, repasemos algunos hechos que, cuando menos en el país, facilitan la comprensión de esta “netflixmanía”: en la punta del iceberg

se distingue esa proclividad por la cultura del episodio (Brunori, 1980), sí, pero en el fondo se encuentran más elementos que justifican que seamos el primer lugar a escala planetaria muy por encima de la media.

El ocaso del siglo Lumière

La jubilación temprana de las salas de cine públicas del Estado en México durante la década de los noventa no representó ninguna congoja ciudadana. Fue el ocaso del siglo Lumière, como dijo el historiador de cine mexicano Emilio García Riera (1988), en el que las grandes salas eran los espacios propicios para el encuentro social. Se rezagaba entonces una etapa de la fruición ingenua para dar paso a una percepción más enrevesada que alteró espacio y tiempo de manera radical. Un evento de la sociedad se transformaría en acendrado rito individualista.

El consumo de las películas se convirtió en una moda chic muy clasista. Asomó el poscapitalismo con un paquete completo de aburguesamiento de la calidad de vida: salud y entretenimiento con apariencias sofisticadas (Lipovetsky, 1994). Y la novedad era que el embellecimiento por venir traería la encomienda de ser democrático: que todos los géneros sexuales y todas las generaciones se tornarían objetos de imitación (Lipovetsky y Serroy, 2015). Creció así el mercado del estatus: glamour y confort permearon a través de un paraguas gigantesco. La apatía y el desgano —patente de curso contemporánea— se establecieron como garantes de la imposición modernista. Tampoco hubiéramos imaginado que este modelo globalizado de ver cine en el futuro fuese material de exportación: sí, nos amanece con las noticias de que Cinépolis, la empresa mexicana, cruza sus límites nacionales y continentales, y firma un convenio para instalarse en Arabia Saudita (Rodríguez, 2018).

El cierre de las salas con cierta tradición no fue un espasmo inocente del capitalismo. No, el metabolismo del poscapitalismo se asocia con la aceleración, y su punto de arranque fue precisamente el tiempo en que desaparecen estas salas. La parafernalia incluiría una burbuja que excluyó lo sucio, lo malo y lo pobre a favor de la corrección política y estética —no es gratuita la aceptación de la Edad Media a través del *kitsch* de la serie HBO *Juego de tronos* (Benioff y Weiss, 2011)—. Por ello el poscapitalismo tomó por sorpresa a quienes no supieron que arreciaba un nuevo modo de vida con culto a la personalidad.

El vertiginoso ascenso de las políticas económicas liberales y su fiel espejo, y el descenso de la rectoría del Estado-nación en asuntos de interés social, fueron la tormenta perfecta para que mutara el paisaje mediático de finales del siglo pasado. Estamos hablando de un México que enfrentó el amanecer de la globalización con enclenques argumentos, sobre todo en el campo cultural (Monsiváis, 1995). El cine,

otrora bastión del primer ejercicio dramático de reconocimiento masivo, sufrió como nunca el abandono del Estado.

La primera acción notable de esta separación del ogro filantrópico subsidiario de las imágenes que daban cohesión al ser mexicano fue plantarles cara a los recintos donde se había cocinado el nacionalismo contemporáneo. El inicio de este deslinde consistió simplemente en clausurar los espacios públicos donde se enseñaba qué y cómo era ser mexicano. El cine fue la escuela informal donde se aprendían las señas de identidad nacionalistas (Monsiváis, 2000).

Así se venden las salas de teatros y cines (Tarifeño, 2004), con lo que se afecta el horizonte mediático ya decantado entre las capas sociales, todavía neófitas en el acceso a los contenidos “a la carta” —como Netflix—, que se distribuirían 20 años después de aquel episodio ocurrido en la década de los noventa. Fue, como dicen los especialistas, un tiro de gracia para la industria cinematográfica en su modelo antiguo; asimismo, un aviso literal de que las cosas tendrían que cambiar: sí, a través de la privatización de la experiencia fílmica, que poco a poco se recluyó a las habitaciones de los hogares.

Muchas ciudades en el país padecieron la abrupta modificación del paisaje mediático, pues se amputarían los espacios de mayor tradición. Las salas que albergaron esa vital experiencia de sentimientos nacionalistas, ritos de iniciación erótica y el tibio asomo al mundo cosmopolita se convirtieron de manera inusitada en bodegas de muebles y electrodomésticos desechables, o en oprobiosos estacionamientos y, al final de los tiempos, en minicomplejos que albergarían desde hoteles, restaurantes, cafeterías y hasta barberías.

El mensaje por demás fue acre: cepillar el *habitus* con lujo de violencia simbólica. El cambio de piel no se concebía por ningún lado, pero tampoco reparó en la opinión pública tan cortesana a la hora de defender los procesos identitarios. El meollo es que no había elementos que dieran margen al reclamo surgido de las tensiones de las culturas locales frente al posicionamiento de las políticas neoliberales, que acapararon la dinámica diaria de los territorios donde se asentaron.

El destino ya nos había alcanzado y arribaba un aparato mercadológico desconocido nunca visto en la historia mediática, que convertiría esta época en una pantalla global (Lipovetsky y Serroy, 2015). La sustitución no generó ningún rencor sentimental; pronto se difuminó su ausencia como parte de la modernización de los espacios públicos donde la autoridad cedió sin planeación. Estos espacios migraron hacia una lógica mercantil entre el naturalizado estatus del nuevo Estado. No hubo impedimento, se realizó con tiento, moderado y prudente, aunque habrá que decirlo, es la época en que la aparición de los videoclubes afecta también la asistencia del público a las salas de cine, hasta que, posteriormente, un mosaico de posibilidades digitales modificaría a su vez la fugaz prevalencia de los formatos

en casetes beta y VHS, y las copias en DVD, para luego imbuirnos de plano en el *streaming way of life*: la cultura del Netflix y otras plataformas.

Política cultural, un vacío

En este contexto, las plataformas que reúnen contenidos audiovisuales se despliegan gracias a un manifiesto vacío de políticas culturales. García Canclini (1987) clasifica las políticas culturales con sus respectivos paradigmas, agentes y modos de organización. Nos interesa su taxonomía porque permite observar las tendencias políticas para promover la cultura.

En este sentido, los discursos culturales no necesariamente son coherentes con las políticas económicas. Una presunción generalizada es calificar a los gobiernos de México como neoliberales; sin embargo, las políticas culturales que se han aplicado no siempre concuerdan con la tendencia del Estado. Cuando pensábamos que vivíamos en un paradigma cultural de privatización conservadora, en el que empresas privadas y sectores tecnócratas cooptan lo cultural, seguíamos instalados en una visión patrimonialista y estatista que respondía a un modelo afincado en la década de los setenta. Por más que se afirme que se vivió una política cultural neoconservadora, el hecho es que no hay una transferencia de las acciones públicas al mercado simbólico privado, ni tampoco se organiza la cultura bajo las reglas del mercado.

Lo que pasa es que las políticas culturales se corresponden todavía más con los paradigmas del tradicionalismo patrimonialista y del estatismo populista. El primero se distingue por el uso del patrimonio tradicional como espacio no conflictivo; el segundo, por la reivindicación de la cultura popular. En ambos casos sobra decir que el principal agente promotor de la cultura es el Estado, aparecen también los partidos y las instituciones que desempeñan un papel protagónico cercano al mecenazgo híbrido.

A la intervención estatal a través de instituciones habrá que agregar un rasgo más perversamente neoliberal, porque ese tradicionalismo patrimonialista y estatismo populista están impregnados del paradigma del mecenazgo liberal por la distribución discrecional de los apoyos, tal y como lo hacen las empresas privadas en otros países. Aún más, en estos paradigmas se nota que el impulso del patrimonio es el núcleo de la identidad nacional. El cine mexicano se encuentra en medio de una tensión crítica contra esta postura que, finalmente, acepta y reproduce como parte de un canon internacional que plantea el debe ser del rescate y la dinamización del patrimonio cultural.

Se localiza el cine en un limbo, en una indefinición paradigmática con relación a las políticas públicas culturales. Y es que el cine mexicano y su hipotética difusión no se vehiculan al mecenazgo liberal, en el que fundaciones industriales y empresas

privadas apoyan los modos de producción. Tampoco se liga a la privatización neoconservadora, en la que se transfieren las acciones públicas de la cultura. La política cultural aún conserva sesgos del tradicionalismo patrimonialista que intenta neutralizar los conflictos socioeconómicos en eventos donde exalta las identidades y, al mismo tiempo, sobre todo de frente a los *mass media*, insiste en un estatismo populista en que el estado se atribuye la custodia paternal de la cultura popular como discurso misionero.

Son aristas muy deshilachadas, porque ninguno de estos paradigmas permea por completo, y la aspiración moderna hacia la democratización abierta y participativa del desarrollo cultural choca con la indefinición de marcos que favorezcan las manifestaciones filmicas. De ahí que hayan fracasado agentes dedicados al impulso de la cultura, como serían los entes encargados de la producción y distribución del cine mexicano. En varias partes del mundo ocurre lo mismo: fracaso total de la difusión de contenidos nacionales. Así, el estado deja de entretener a las clases bajas, y los multicinemas y las plataformas tipo Netflix toman la estafeta de reproducir una forma de entretenimiento para una clase media fortalecida y consumista. Nace y se potencia un grupo social al que se le dedica todo el entramado mediático.

Crisis del cine e identidad

Conceptualizamos el cine como narrador histórico que plantea una cosmogonía audiovisual. Los relatos se constituyen en el eslabón del ciclo histórico de los *imaginarios colectivos* (Perceval, 1995), y este curso se presenta como trama completa: la reconstrucción de un pasado, definición de la actualidad y proyección del futuro (Hobsbawn, 1983).

El nacionalismo moderno de México fue la columna vertebral de la identidad. Quien pretendiese visibilizar sujetos tenía que filtrar su discurso en los rangos canonizados por la hegemonía audiovisual, en la que el mexicano es esencialmente reflejo de la cultura popular e indígena (Martínez, 2009). La *esencialización del mexicano* se propaló con una estrategia múltiple articulada desde distintos rubros artísticos. Los intentos filosóficos de Octavio Paz, Jorge Portilla y Samuel Ramos por hallar el sino mexicano, el proyecto cósmico educativo de José Vasconcelos, la música de Silvestre Revueltas, el muralismo de David Alfaro Siqueiros y Diego Rivera, o las películas de la época de oro, plasmaron los ejes de un estado-nación que urgía homogeneizar a su población. Esta *evangelización estatal*, a la que se refiere Sergei Gruzinski (1995), diluyó la diversidad local a favor de imágenes con valor unitario. La invención de la tradición de una sociedad nacional biologizó diferencias y construyó *comunidades imaginadas*, estructuradas con la tipicidad más cerrada: véanse los casos de los actores del *star system*, María Félix, Pedro Infante y Pedro Armendáriz, que interpretaban cualquier personaje.

El caso mexicano hacia finales del siglo pasado atravesó por una severa crisis con relación al cine como guardia de la cosmogonía audiovisual. El *imaginario* parece haberse empalmado: la oferta posnacional inmersa en la globalización diversifica las identidades homologadas en un magma de tipicidad (Martínez, 2009). El canon nacionalista mexicano ya no prevalece, puesto que las condiciones que le dieron origen no son las mismas. La oferta posnacional altera los modos de organización simbólica.

La exigua producción de filmes mexicanos, estandarizada por los géneros más repelentes a la realidad nacional, sólo alude a una cosa: el cine mexicano se halló en una crítica espiral, formal y temática. Y esto no se podría entender más que con la contextualización del cine contemporáneo como epifenómeno consecuente de un modelo económico y social emanado de las fuerzas neoliberales globalizantes.

La crisis que atravesó el cine mexicano se explica no sólo por la indolente y pasiva política cultural del régimen político de transición, también se entiende a través de su historia misma. Desde hacía décadas la industria fílmica se fue adelgazando por su esterilidad estética, incompetencia mercadológica y corruptelas. Lo que ocurrió emblemáticamente con la polémica de la venta del instituto rector del cine mexicano y los Estudios Churubusco, en 2003, es que atestigüamos cómo un modelo cedió ante las dinámicas del *blockbuster neoliberal* y *globalizador* (Tarifeño, 2004).

La venta de entidades paraestatales integró un esquema de racionalidad y austeridad inscrito, a su vez, en una acción desesperada de una administración cuyo gobierno se complicó ante los virajes para desarrollar políticas públicas. Incluso se reprochó el lugar estratégico que ocuparía el cine y la cultura en general en los procesos de seguridad y gobernabilidad, y hasta se le espetó la decisión al gobierno neoliberal, como una falta de conciencia para valorar la historia del cine como constructor de la identidad mexicana.

Al respecto recalamos que la invención anatómica de la identidad nacional del siglo XX (Bartra, 2002) pasó por buena parte del imaginario propuesto por el cine mexicano. No son gratuitas las relaciones entre el pensamiento nacionalizante de las fuerzas culturales y los discursos mitificantes en torno al campo y a la configuración hierática del indígena, como sería la obra fílmica de Emilio Fernández. A lo largo de la historia, la conciencia colectiva se ha fundado con diferentes medios. El capitalismo de imprenta posicionó en público el proyecto de un estado-nación. La historia también ha encontrado estrategias hegemónicas en la novela. Al cine no lo podemos distanciar de estos procesos con intenciones uniformizantes en los que se genera la *substancia* del estado-nación.

Entonces el cine y el resto de los medios masivos de información contribuyeron al levantamiento de imaginarios colectivos. Sólo que hoy se constituyen con un mosaico

de contenidos que rebasan las instancias nacionalistas: no hay tiempo ni espacio de oro. No, la revolución que vino surgió como una base singularmente descolocada de la tradición, y tendiente a difundir discursos novedosos en plataformas de lecturas que quiebran de tajo la experiencia social para ensimismarnos, como lo hace el mexicano medio con los contenidos de Netflix.

Experiencia del *mainstream*

La pérdida de espacios notables de convivencia significó además el inicio de la era *mainstream*, con todo lo que eso implica. Mientras aquí en México había permanencia voluntaria en la indefinición de las políticas culturales, en la globalización es clarísimo el paradigma: aquel que se bifurca como una política cultural privatizadora. El sociólogo Frédéric Martel (2011) se dio a la tarea de investigar cómo germinan los fenómenos del *mainstream* alrededor del mundo. Entre sus viajes revela que el concepto de los multicines ha engullido lo que conocíamos como experiencia de convivencia social.

La diferencia es casi imperceptible entre lo que ocurre en un *shopping mall*, un centro comercial, de manera global. Son asombrosamente semejantes los *shoppings mall* de cualquier continente, si no es que idénticos. No obstante que la globalización enseña las crueles asimetrías entre países, se repiten, a manera de película de ciencia ficción, los patrones de lo que se ha llamado el hiperconsumo: productos y tópicos están cortados con igual tijera. Hallamos las mismas pautas de consumo y la organización espacial en Estados Unidos, Singapur, Kuwait o México. El *shopping mall* que se practica en Nebraska, Phoenix, Shanghái, Caracas o Dubái es una réplica de lo que se hace en cualquier ciudad media mexicana.

El sueño americano está en un *shopping mall*, donde el joven hace realidad lo que admira en los estímulos audiovisuales que imponen estereotipos, sobre todo, los que ve en las pantallas. Martel (2011) subraya que los lavados son espectaculares en unos multicines al este de El Cairo, en Egipto; detalle no menor frente la incomodidad que representaba ir a los baños en cines de la época estatal. Un suplicio, prácticamente, si somos sinceros. Los vestíbulos de los multicines son auténticas pasarelas y una expresión aséptica del modo de estar actual. Es el sello del buen ser, de la calidad resuelta desde el *mainstream*.

La venta del confort es una porción; pero, lo otro ¡es tremendo! El modelo económico contemporáneo volvió más hondas las desigualdades. Esta economía globalizada trajo consigo la intromisión de un crimen organizado en el resto de las esferas. La amenaza, y más la impunidad en un país como México, conlleva reconocer los peligros que se padecen en la vía pública. Los sitios públicos y zonas determinadas, como los cascos históricos en las grandes ciudades, se convirtieron en lugares inseguros.

Las familias no confían en los antiguos espacios de convivencia social. Mientras los parques tienen una recurrencia popular, las clases medias consumidoras satisfacen sus anhelos en centros comerciales o en sus casas, *on line*. Prefieren la seguridad y reproducen un esquema de vida cuyo núcleo son los multicines y las plataformas. En Estados Unidos no ocurrió algo distinto: los centros urbanos están en decadencia, los célebres *main street* y los *downtown* fueron relegados por los centros comerciales, que son como la nueva nana que cuida y protege a la familia. Hoy día es lamentable que los jóvenes y niños sean acompañados a sus actividades, cuando en el pasado no corrían los riesgos que ahora se constituyen en amenaza latente.

Martel (2011) advierte lo que a nuestro parecer encarna un drama de ficción distópica, es la estrategia para no perder ningún adolescente y mantenerlo como público incondicional, incauto de la publicidad. Se trata de una fórmula sencilla: programar de forma múltiple, en muchas salas a la vez, las películas llamadas *blockbusters*, que no tienen falla de aceptación, sobre todo las que se catapultan en las sempiternas sagas, llámese *La guerra de las galaxias* (Lucas, 1977) o los tan socorridos héroes de las casas editoriales de cómics, que se alternan con filmes minoritarios, así entendidas las cinematografías “extranjeras” (las de habla no inglesa y las de producción independiente).

El éxito ha sido asombroso. La industria del *mainstream* capta la atención de los adolescentes. Además, entre las películas minoritarias, dice Martel (2011), se encuentran las comedias locales. Allá la egipcia y la estadounidense, y aquí, claro, la comedia mexicana, que en la actualidad también entra al circuito sabedora de que ésa es la fórmula para participar en esos circuitos de distribución, sin importar lo insulsa y la nula propuesta estética que evidencian.

Los gerentes de los multicines a nivel mundial programan sus películas *blockbuster* en sesiones que no varían más de media hora entre sí, lo que garantiza que a cualquier hora los usuarios lleguen y entren a ver a su súper hombre o mujer favoritos. Entonces el cine francés, de lo más comercial, por cierto, y las tildadas películas de arte, se hallan confinadas en una especie de discriminación positiva, porque la Sala de Arte está perceptiblemente señalada con una banda diagonal en una especie de gueto. La advertencia no es tema menor en el contexto del *blockbuster* de Hollywood y la sosa comedia vernácula.

La programación de los multicines no es azarosa, repercute en la cultura de los jóvenes que recibimos en las universidades, quienes presentan un bajísimo contexto de relatos cinematográficos. En consecuencia, la programación homologa gustos y reduce posibilidades de apertura estética para los adolescentes, a los que cada día les cuesta más dolor emocional sostener una trama como *El sacrificio del ciervo sagrado* (Lanthimos, 2017), o de François Ozon, por citar ejemplos. Los multicines, seguimos con las tesis de Martel (2011), modifican sustancialmente los hábitos de ocio de los

públicos en todo el globo. La estandarización americanizada se ubica en medio del sistema nervioso adolescente, basada en una perfecta cadena de consumo. Es una experiencia de *shopping* con *fast food* y *blockbuster*, que ningún cine del pasado podría haber ofrecido como fiel representante de una política mexicana del cine.

Pantallas de la globalización

Aunque en la era de Netflix todo ha cambiado, incluso las teorías que abordan la comunicación, es importante conocer los lugares comunes más socorridos para no caer en inercias. La mirada intelectual a los *mass media*, por lo regular, antepone la defensa de esa zona *primordializada* a la que afecta un elemento exógeno. Los procesos contemporáneos de construcción de la identidad son el resultado, parcialmente, de los medios masivos de información, porque no se descarta el peso que continúan asumiendo aparatos hegemónicos como la tradición oral, la familia, la iglesia y sus subsistemas religiosos, los aparatos ideológicos políticos del estado y la escuela (Esteinou, 1983).

Es innegable el volumen concreto de la información en el forjamiento de las personalidades, cuando se comprueba la atención que se presta a los fenómenos mediáticos: el niño frente a la televisión, los *talk show* o la transmisión en directo de un ataque terrorista. Inclusive, hasta cuando se analiza el reverso del impacto narcótico de los *mass media*: los movimientos contestatarios, como serían los antiglobalifóbicos, cuya organización y toma de conciencia proceden paradójicamente de las nuevas tecnologías de la información en sinergia con el neoliberalismo (Castells, 2000). Queremos decir que la globalización no es un fenómeno lineal de homologación planetaria en donde se impida el flujo de las informaciones locales. La globalización ha *volatizado* la identidad, puesto que la propia información favorece los comportamientos heterodoxos sin requerir de los estamentos de la identidad moderna. García Canclini (1990) y Martín-Barbero (1987) ya han tratado el asunto de la *desterritorialización* y la *atemporalización* como las principales consecuencias de la globalización, hecho que fractura el pensamiento nacionalista que fortificó su proyecto al amparo de la edenicación del territorio. Lipovetsky y Serroy nos ayudan a matizar esta rivalidad añeja entre apocalípticos e integrados a la cultura de masas, sobre la que tanto insistió en superar Umberto Eco (1968).

Los autores han descrito con minuciosa y arriesgada eficacia la transformación del arte del siglo XX. Ellos ya no utilizan el término de *pantalla*, así en singular, para identificar al cine. Esta experiencia que se tuvo en el cine, recordemos *La llegada del tren* (Lumière, 1896), no es sólo una. Lo que acontece en la actualidad es que ahora tenemos que hablar de “pantallas”, así en plural. La difusión de la imagen gozaba de espacios reservados como el cine y después la televisión, que vino a situarse

como un medio de información incómodo para el cine. Lo cierto es que la televisión no minó lo suficiente al cine, encargado de difundir otra suerte de contenidos. Teníamos, hasta los ochenta, dos lenguajes diferentes que encontraban holgura en sus propios códigos.

Pero las nuevas tecnologías impulsadas por la globalización expandieron la noción a pantallas. La pantalla se multiplicó con una serie de posibilidades que modificaron tanto los códigos como las rutinas de percepción. Las pantallas se convirtieron en omnipresentes. En todo lugar y en todo momento apareció, como acompañante diurno y nocturno, una galaxia de dimensiones impensadas: la pantalla global brinda un amplio abanico con soportes digitales que implican pantallas públicas, pantallas que acompañan en los restaurantes, en los aeropuertos, en los automóviles. Incluso pantallas en dispositivos personales sin dificultades para acceder a contenidos audiovisuales como la inmensa galería de Netflix.

Recapacitemos en los canales de televisión, abierta y cerrada, que programan películas. El número de horas frente al televisor es proporcionalmente avasallador frente las horas en las salas de cine, que es paupérrimo. Esta conversión afectó las salas de cine en México, en donde los públicos se fueron recluyendo a distintas formas de consumir las películas. Súmense a ello las pérdidas enormes por consumir ilegalmente cine en internet. El hecho de que no hubiera restricciones para bajar películas erosionó sustancialmente los ingresos potenciales de las casas productoras.

Pero la hipermodernidad del cine, esa que afectó a las salas, no se limita, acotan los franceses, a la afectación de los métodos de producción y distribución, comercialización y consumo. Insistimos que los saldos son mayores. Estalla en este sentido un consumo hiperindividual que no necesariamente cancela lo colectivo, que aún prevalece, pero es un confinamiento individual porque el cine se ha estratificado de tal forma que ofrece contenidos para sujetos en específico.

El menú de películas es copiosísimo. Más bien, el consumo es “a la carta”, con listas interminables de corrientes, géneros, autores, novedades al por mayor, entre las que cada quien decide su secuencia de consumo. Las generaciones en este contexto probablemente consuman más que antes. Los adolescentes, presos en sus casas porque no es sencillo convivir en las calles como en el pasado, pueden tener en el monitor de su habitación, sin tanta sofisticación, y sin compartir con el resto de la familia, todo el contexto cinematográfico, liberado o no, puesto a la venta, caro o no, gratis incluso, para satisfacer un entorno concreto, muy individual.

El cine se volvió doméstico en más de un sentido. Los multicines y las plataformas ya son instituciones del ocio público. Si había duda, la estandarización es cuña adolescente; la cadena de consumo es ideal. Por ello la experiencia de los cines no pudo competir contra este holismo consumidor.

A manera de coda

Pero este holismo consumidor ofrece sus matices a pesar del reciente análisis sociológico, que en el fondo es un reproche político; sus grises, su pala de claroscuros, permiten no dejarse tentar por la figura enajenada del netflixmaniaco contemporáneo. Primero señalemos que el consumo cultural en el mundo entero se ha estratificado, de tal manera que los nichos y sus satisfactores responden al crecimiento del poder adquisitivo y a un proyecto de configuración circular del propio consumo. Y ahí están de muestra las edénicas plazas comerciales y las todavía más utópicas plataformas multimedia, y más en México, donde la cobertura de la red de internet todavía no alcanza a la mayoría de la población.

También se ha discutido en torno a si la actual es la “era dorada” de la televisión (González Lara, 2014), de acuerdo con la prolífica producción de series de alto rango de calidad. Podríamos afirmar que asiste cierta razón a quienes mantienen una determinada distancia con la denominada “edad dorada” de la televisión estadounidense, calificándola como un mito. Ellos se basan sobre todo en la historia de la televisión, que siempre ha dado de qué hablar con series como *Los intocables* (ABC, 1959), pasando por *Yo Claudio* (Pullman, 1976), hasta el papel considerable que tuvo *Los Simpson* (Groening, 1989). El asunto es que ya no solamente resaltamos la calidad de la televisión, en mayúsculas, en tanto que plataformas como Netflix cumplen una función que rebasa el modelo de comunicación pasado.

Lo anterior sin duda modifica sustancialmente nuestra valoración. Las plataformas se han encargado de cambiar la percepción sobre lo que se concebía como “comunicación de masas” (Wu, 2014). La sociedad de masas se estima como un circuito “robotizado”, envuelto en la metáfora de *Metrópolis* (Lang, 1927), mientras que la sociedad red ya infiere la evolución del receptor activo frente a un receptor pasivo.

La subestimación de los grandes monopolios de comunicación del siglo pasado pagó caro su factura. Se agotaron las fórmulas para interpretar el silencio social o la invisibilización de su encono; en contraste, maduraron estéticamente la percepción y la lectura de los públicos que han crecido en cuanto a información y posicionamiento político. Las cadenas abiertas bajaron su *rating* frente a grupos que ya determinan sus propias rutas de información, con todo lo que eso conlleva. La visión dualista de las cosas parece haber llegado a un punto de quiebre, o cuando menos de inflexión: la idiotez de la caja dejó de ser una sentencia lapidaria.

Dentro de las estrategias narrativas de los novísimos discursos que navegan entre el mosaico de plataformas como Netflix, se detectan las mejoras sustanciales de la sintaxis y de las estéticas. Son prontos los avances técnicos, sintácticos y hasta

los desafíos temáticos que se plantean al interior de cada serie o película hechas a propósito de las nuevas audiencias de Netflix.

Mínimos son los errores para contar historias y casi perfectas las adaptaciones a contextos reales. Es más, *Love, Death & Robots* (Fincher, 2019), *Maniac* (Fukunaga, 2018), *Stranger Things* (Duffer, 2016), *Doce monos* (Matalas y Fickett, 2015) o *Black Mirror* (Brooker, 2016) son series de Netflix que despuntan en el género de la ciencia ficción, tan beneficiado con la era tecnológica. Netflix marca así una vanguardia con estos seriales, en los que explora con nuevos talentos los diversos campos de la producción ficcional —estilos y tendencias que subyacen en el mundo *underground* de diferentes culturas filmicas—. Asimismo, traemos a colación la serie *Sense8*, de las hermanas Wachowski (2015), con contenidos perspicaces que superan los niveles de producción de otras películas.

Las series presentan además un hándicap derivado de la tecnología. El volumen mismo de sus tramas extiende las posibilidades de desarrollo de los personajes, a diferencia de una película de cuando mucho dos horas, que rivaliza contra cuatro temporadas de 10 capítulos (dos horas contra 40 horas, por decir lo más regular). Por supuesto, la trampa de la ralentización de éstas seguro permite no sólo madurar los personajes, sino también mantener cautivo al público frente a la segunda, tercera y cuarta temporadas. La ralentización de la trama suele profundizar, pero, al mismo tiempo, posee la fuerza del demiurgo para retorcer cualquier anécdota. Ya hasta parece un manierismo sobrecalculado de las series que, durante la exposición o planteamiento de una historia, dispersan cabos sueltos que irán explicando mucho después, aunque algunas personas se desesperen y tachen a ese capítulo de incoherente. La ralentización de la trama se trata de una nueva estética, sin dudarlo. De esta ralentización hay transformaciones impecables, como la adaptación de la película de los Coen, *Fargo* (1996), a una serie que se proyectó a cuatro temporadas de 10 capítulos cada una, y ya se confirmó la quinta con resultados muy positivos que respetan la premisa de los Coen.

A la netflixmanía debe añadirse la renovación moral del héroe. Tras la caída estrepitosa de los paradigmas modernos, el villano se ha apoderado del centro axiológico; el villano o antihéroe es fuente de crítica social, misántropo; así el mal cubre ese vacío posmoderno. Los modelos éticos están por los suelos y la banalidad del mal se localiza en el centro mismo. Evoquemos cómo desde Hannibal Lecter en *El silencio de los inocentes* (Demme, 1991), se coloca el mal en el epicentro de gravedad; de ahí el éxito de series como *House of cards* (Fincher, 2013), *Two and a half men* (Lorre, 2003), *Los Soprano* (Chase, 1999) o *Dexter* (Showtime, 2006), por citar series variopintas.

Con estos elementos de protagonistas, imagínense lo que puede hacer una serie frente a una producción cinematográfica. Cerremos este capítulo comparando

una serie de televisión con una película para advertir esa montaña que las divide: la multielogiada *Breaking bad* (Gilligan, 2008) y la saga de tres películas *El padrino*, dirigida por Francis Ford Coppola (1972). Pues bien, *Breaking bad* utilizó en total para narrar la historia de su personaje 2,914 minutos y cinco temporadas que datan de seis años, del 2008 al 2013. Mientras que *El padrino* utilizó 545 minutos para la producción de tres películas, y Coppola tardó 18 años para plasmarla, de 1972 a 1990. *Breaking bad* es cinco veces más grande en volumen y su realización temporal mucho más rápida: los productores de AMC lo consiguieron en una tercera parte del tiempo que necesitó Coppola para filmar la historia de la familia Corleone.

En todos estos sentidos, la plataforma de Netflix ha sido una novedad. Recordemos que al principio sólo reproducía contenidos, exentos de la calidad de la que ahora gozan; la cadena HBO, igualmente, muestra un fuerte auge con series como *Chernóbil* (Mazin, 2019), *Los Soprano* o *The wire* (Simon, 2002).

Netflix enseña músculo con series que ellos mismos producen y con una cartera de directores prestigiosos, de los que ha conseguido algunas de sus más renombradas cintas. Ha reestructurado su lista con filmes propios, y además se ha abierto de forma coyuntural a clásicos como Orson Welles. Estrenó el filme maldito del padre de la cinematografía, *Al otro lado del viento* (2019), una declaración de odio a Hollywood, acompañada del soberbio documental acerca de la historia de esta película trunca, *Me amarán cuando esté muerto* (2018), dirigido por Morgan Neville. También de Orson se hallan *El extraño* (Welles, 1946) y *Sed de mal* (Welles, 1958). Hay clásicos como *Eva al desnudo* (Mankiewicz, 1950), *Ultimátum a la tierra* (Wise, 1951), *Matar a un ruiseñor* (Mulligan, 1962), *Lawrence de Arabia* (Lean, 1962), *Jasón y los argonautas* (Chaffey, 1963), *Easy rider* (Hopper, 1969), *Dos hombres y un destino* (Roy Hill, 1969), *Malas calles* (Scorsese, 1973) o *La vida de Brian* (Jones, 1979).

Es un trabuco de entretenimiento. Sin embargo, ello no es razón para soslayar la evocación. Duele a nuestro imaginario desprenderse del territorio, aunque sólo se hayan cruzado fantasmas. Lo mismo vimos en salas del estado *La isla del fin del mundo* (Stevenson, 1974), sagas de luchadores, *Naranja mecánica* (Kubrick, 1971), *La ley de la calle* (Coppola, 1983) o, en su última etapa, apreciamos en las peores butacas la filmografía nacional.

Es un sentimiento encontrado: haber visto en jirones las salas del estado fue como asistir a la más fría venta de garaje, sí, gélida, unipersonal, porque extrañaremos las palomitas servidas en papel estraza y con chile en polvo; por otro lado, quizá nuestro “pirata” preferido ya nos tenga un lote de DVD con películas que ni siquiera están en cartelera, o nos volvamos adictos a las series vía *streaming* que actualmente nos mantienen en vilo. Vamos, la netflixmanía tiene sus ventajas, y son muchísimas.

Referencias

- Aristegui Noticias (2017). “Mexicanos encabezan lista de mayor consumo de Netflix”, *Aristegui Noticias*, México, <https://aristeguinoticias.com/1511/mexico/mexicanos-encabezan-lista-de-mayor-consumo-de-netflix/>.
- Bartra, Roger (comp.) (2002). *Anatomía del mexicano*. México: Plaza Janés.
- Brunori, Vittorio (1980). *Sueños y mitos de la literatura de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Castells, Manuel (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. 2: *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Cobo Durán, Sergio y Hernández Santaolalla, Víctor (2013). *Breaking bad. 530 gramos (de papel) para seriadictos no rehabilitados*. Madrid: Errata Naturae.
- Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados a la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- Esteinou Madrid, Javier (1983). *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México: Nueva Imagen.
- García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Conaculta.
- García Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- García Canclini, Néstor et al. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México: Grijalbo.
- García Taso, Leonardo (1988). “Cine. El fin del siglo Lumière. Entrevista con Emilio García Riera”. *Revista de la Universidad de México*, 452. <https://www.revistadelauniversidad.mx/articulos/39462e13-6cad-4f0e-810c-b8d007c6ca98/cine-el-fin-del-siglo-lumiere-entrevista-con-emilio-garcia-riera>.
- González Lara, Mauricio (2014). “El mito de la era dorada”. *Letras Libres*, 182. <https://www.letraslibres.com/mexico/el-mito-la-era-dorada>.
- Gruzinski, Serge (1995). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner (1492-2019)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hobsbawm, Eric y Ranger, Terence (comps.) (1983). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lipovetsky, Gilles (1994). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.
- Martel, Frédéric (2011). *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. México: Taurus.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (1989). *Proceso de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Felafacs-Gustavo Gili.
- Martínez Gómez, Raciél Ramón (2009). *Arráncame la iguana: desafíos de la identidad en el cine mexicano*. México: Universidad Veracruzana.
- Mattelart, Armand y Dorfman, Ariel (1972). *Para leer el Pato Donald*. México: Siglo XXI Editores.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michelle (1997). *Historias de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Monsiváis, Carlos (1995). *Los rituales del caos*. México: Era.
- Monsiváis, Carlos (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona: Anagrama.

- Perceval, José María (1995). *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación. Una perspectiva histórica*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, María Alejandra (2018). “Cinépolis llega a Arabia Saudita”, *El Economista*, 29 de abril, México, <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Cinepolis-llega-a-Arabia-Saudita-20180429-0075.html>.
- Tarifeño, Leonardo (2004). “Las luchas del cine mexicano”. *Letras Libres*, 61. México, <https://www.letraslibres.com/mexico/las-luchas-del-cine-mexicano>.
- Wu, Tim (2014). “Netflix contra la cultura de masas”. *Letras Libres*, 182. México. <https://www.letraslibres.com/mexico/netflix-contra-la-cultura-masas>.
- Ximénez de Sandoval, Pablo (2019). “Steven Spielberg carga contra Netflix y reabre el debate sobre el ‘streaming’ ”, *El País*, 5 de marzo, https://elpais.com/cultura/2019/03/05/actualidad/1551772672_420794.html.

Filmografía

- Bier, Susanne (dir.) (2018). *A ciegas*. Estados Unidos: Bluegrass Films, Chris Morgan Productions y Universal Pictures.
- Coen, hermanos (dirs.) (1996). *Fargo*. Estados Unidos: PolyGram Filmed Entertainment y Working Title Films.
- Coen, hermanos (dirs.) (2018). *La balada de Buster Scruggs*. Estados Unidos: Annapurna Pictures.
- Coppola, Francis Ford (dir.) (1972). *El padrino*. Estados Unidos: Paramount Pictures y Alfran Productions.
- Coppola, Francis Ford (dir.) (1983). *La ley de la calle*. Estados Unidos: American Zoetrope.
- Cuarón, Alfonso (dir.) (2018). *Roma*. México: Participant Media y Esperanto Filmoj.
- Chaffey, Don (dir.) (1963). *Jasón y los argonautas*. Estados Unidos e Inglaterra: Morningside Productions.
- Demme, Jonathan (dir.) (1991). *El silencio de los inocentes*. Estados Unidos: Strong Heart/Demme Production y Orion Pictures.
- Gilroy, Dan (dir.) (2014). *Nightcrawler*. Estados Unidos: Bold Films.
- Gilroy, Dan (dir.) (2019). *Velvet Buzzsaw*. Estados Unidos: Dease Pictures Inc. y Netflix.
- Hopper, Dennis (dir.) (1969). *Easy rider*. Estados Unidos: Raybert Productions y Pando Company.
- Kubrick, Stanley (dir.) (1971). *Naranja mecánica*. Estados Unidos: Warner Bros. y Hawk Films.
- Lang, Fritz (dir.) (1927). *Metrópolis*. Estados Unidos: UFA.
- Lanthimos, Yorgos (dir.) (2017). *El sacrificio del ciervo sagrado*. Irlanda, Reino Unido y Estados Unidos: Element Pictures, A24 y Film4.
- Lean, David (dir.) (1962). *Lawrence de Arabia*. Reino Unido y Estados Unidos: Horizon Pictures.
- Lehmann, Alexandre (dir.) (2019). *Paddleton*. Estados Unidos: Duplass Brothers Productions.
- Lucas, George (dir.) (1977). *La guerra de las galaxias. Episodio IV - Una nueva esperanza*. Estados Unidos: Lucasfilm.
- Lumière, hermanos (dirs.) (1896). *La llegada del tren*. Francia: Hermanos Lumière.
- Mankiewicz, Joseph (dir.) (1950). *Eva al desnudo*. Estados Unidos: 20th Century Studios.
- Mulligan, Robert (dir.) (1962). *Matar a un ruiseñor*. Estados Unidos: Universal Pictures y Brentwood Productions.

- Neville, Morgan (dir.) (2018). *Me amarán cuando esté muerto*. Estados Unidos: Tremolo Productions y Royal Road Entertainment.
- Roy Hill, George (dir.) (1969). *Dos hombres y un destino*. Estados Unidos: Campanile Productions.
- Saulnier, Jeremy (dir.) (2018). *Noche de lobos*. Estados Unidos: Addictive Pictures, VisionChaos Productions y FilmScience.
- Scorsese, Martin (dir.) (1973). *Malas calles*. Estados Unidos: Taplin – Perry – Scorsese Productions.
- Smith, Chris (dir.) (2017). *Jim y Andy*. Estados Unidos: Vice Films.
- Soderbergh, Steven (dir.) (2019). *High flying bird*. Estados Unidos: Extension 765 y Harper Road Films.
- Spielberg, Steven (dir.) (1975). *Tiburón*. Estados Unidos: Universal Pictures.
- Stevenson, Robert (dir.) (1974). *La isla del fin del mundo*. Estados Unidos: Walt Disney Productions.
- Welles, Orson (dir.) (1946). *El extraño*. Estados Unidos: International Pictures.
- Welles, Orson (dir.) (1958). *Sed de mal*. Estados Unidos: Universal Pictures.
- Welles, Orson (dir.) (2019). *El otro lado del viento*. Estados Unidos: Orson Welles.
- Wise, Robert (dir.) (1951). *Ultimátum a la Tierra*. Estados Unidos: 20th Century Fox.

Series

- ABC (prod.) (1959). *Los intocables*. Estados Unidos: ABC.
- Benioff, David y Weiss, D. B. (prod.) (2011). *Juego de tronos*. Estados Unidos: HBO.
- Brooker, Charlie (prod.) (2016). *Black Mirror*. Reino Unido: Netflix.
- Chase, David (prod.) (1999). *Los Soprano*. Estados Unidos: HBO.
- Duffer, hermanos (dirs.) (2016). *Stranger Things*. Estados Unidos: Netflix.
- Fincher, David (prod.) (2013). *House of Cards*. Estados Unidos: Sony Pictures Television y Netflix.
- Fincher, David y Tim Miller (prod.) (2019). *Love, Death & Robots*. Estados Unidos: Netflix.
- Fukunaga, Cary (prod.) (2018). *Maniac*. Estados Unidos: Netflix.
- Gilligan, Vince (prod.) (2008). *Breaking Bad*. Estados Unidos: Sony Pictures Television.
- Groening, Matt (prod.) (1989). *Los Simpson*. Estados Unidos: Fox.
- Lorre, Chuck (prod.) (2003). *Two and a Half Men*. Estados Unidos: Warner bros.
- Matalas, Terry y Fickett, Travis (prod.) (2015). *Doce monos*. Estados Unidos: Netflix.
- Mazin, Graig (prod.) (2019). *Chernóbil*. Estados Unidos y Reino Unido: HBO y Sky.
- Pullman, Jack (prod.) (1976). *Yo Claudio*. Reino Unido: BBC.
- Showtime (prod.) (2006). *Dexter*. Estados Unidos: CBS.
- Simon, David (prod.) (2002). *The Wire*. Estados Unidos: HBO.
- Wachowski, hermanas (prod.) (2015). *Sense8*. Estados Unidos: Netflix.

UNA VERDAD REVELADA NO IMPLANTADA

Paula L. Amaya Velandia

Milton Santos (2004), en su libro *Por otra globalización*, habla sobre el espacio y como éste se ha densificado considerablemente en las últimas décadas debido a la sobreproducción que, mediante la globalización, ha superado todo tipo de fronteras instaurándose en diferentes latitudes. Nos hemos llenado de objetos a tal punto que el espacio se ha vuelto 10 veces más denso. Densificamos la casa con sillas, cuadros, miniesculturitas, colecciones, mantelitos individuales, pocillos para todo tipo de ocasión y estado emocional. La oficina con recuerdos de viajes de amigos, libretas para notas (de colores, blancas o de tono café, sin rayas, de pasta dura, de hojas que se puedan arrancar) y, por supuesto, nos densificamos con bolígrafos de todo tipo (para notas, de recuerdos, recordatorios, uno que otro color para visibilizar, resaltadores, marcadores por si ocurre algún evento especial, y no puede faltar el bolígrafo de firmar); también se necesita un recipiente para ponerlos en el escritorio, de preferencia decorado con un mensaje especial, de alguna conmemoración (ahora todos los días son día internacional de algo), y si se puede tener más de uno, no hay problema. Sin duda alguna estará ubicado al otro lado de la pantalla del computador, paralelo al cactus que hará juego con las plantas de sombra, de luz y de los espacios cerrados.

El espacio público se ha densificado al hacerse visible y al ser ocupado. Ese espacio que antes no se había detectado, pero que siempre estuvo allí, ahora se privatiza con el uso de la publicidad, que anuncia la promoción de la semana, del día, de la hora, del mes, o la nueva colección, con anuncios llamativos, paraderos de bus sonoros, videos, iluminación, volantes, promoción comercial dentro de los autobuses, canecas de las calles. Estos elementos vuelven densos los espacios cotidianos, los ya habitados y los aún no percibidos. También ha crecido de manera considerable la producción de electrodomésticos (Portafolio, 2015), automóviles (LatinAmericaHoy, 2012), franquicias (Mosquera, 2010). La densificación se ha manifestado con un aumento en el número de registros de ISBN (Cerlalc, 2015),

e indudablemente ha sido posible porque vivimos una explosión demográfica (Gutiérrez, 2015) que evidencia lo anterior como fenómeno social.

Se trata de una densificación amortiguada y justificada por discursos de progreso, desarrollo y modernización en los que, al ritmo de ésta, se gesta una crisis de reconocimiento cultural que desestabiliza identidades y cuestiona a las nuevas generaciones sobre qué es lo propio y si tiene algo que ver con las fronteras abiertas. De forma circunstancial, en América Latina se absorben diferentes manifestaciones culturales o simbólicas del exterior, en las que el progreso tecnológico permite, de manera instantánea, visibilizar otras muchas formas de cotidianidad, identidades, pensamientos y gustos. La pregunta es ¿cuál es nuestro futuro y cómo surgirá? La respuesta es simple, nuestro futuro es global y surgirá al ritmo que el exterior lo determine.

A las generaciones que asumieron este devenir densamente materializado a principios del siglo XXI, no les importó regresar a los llamados clásicos para cerciorarse de la información que comenzó a habitar las redes. Sus reclamos, con excepción de los *millennials*, no se hicieron esperar y reprocharon, entre muchas otras cosas, que aun con el aumento de la información y con mayores posibilidades para acceder a ella, hubiera cada vez más un bajo nivel de lectura (Arias, 2014; Castillo, 2018; Zaid, 2006). En la nueva década, la música carecía de un contenido que representara la época, de letras que evidenciaran la crisis, de ritmos que permitieran identificar de forma directa a cierto tipo de poblaciones o tuvieran un mayor grado de elaboración (Feliciano, 2015; Toto, 2017). Se cuestionó si el llamado *Pop Art* efectivamente era arte o estaba expuesto a la aleatoriedad sin alguna base metódica (Falkinhoff y Valverde, 2009). Parecía que la banalidad reinaba, dado que se imponían cada vez más las nuevas tecnologías, las redes sociales, y todo lo que allí se pudiera generar, sin un manual de instrucciones, sin una idea de límite definida. Cerciorarse pasaba a segundo plano.

La densificación producida en lo material, rápidamente digitalizada y en aumento, junto con el libre albedrío que permite la virtualidad real de internet, resultaron la combinación perfecta para que la gente accediera a ese todo cultural y consumiera música, imágenes, pinturas, frases célebres, uno que otro libro y algo de cine. El plagio no se hizo esperar, las pinturas no correspondían a los artistas originales; en la música los demos se tomaron como versiones originales, y las canciones se plagaron de frases célebres y motivacionales sobre las que no había manera de saber si eran ficticias, ambientadas, animadas, digitalizadas o reales. Y sí, todo esto llegó de una forma rápida y fácil a las personas de a pie a través de las redes sociales.

En medio de la rapidez informacional, se identificó que el cine no era de consumo rápido y fácil como las frases, imágenes, pinturas o canciones; el cine requería un

poco más de todo: tiempo, dedicación, detalle, espacio, sonido y video al mismo tiempo, y quienes lo hacían identificaron una connotación cultural, social, política, crítica, escénica, argumentada, ficticia y mágica. Sin duda también se entendió como un lujo, una actividad costosa para el ocio (Dinero, 2016; Semana, 2015). Aspecto importante en el acceso a este arte porque cómo más se hace un cinéfilo si no es mirando cine. Por ello, para encontrar su valor cultural, social, artístico, de gusto, se debía comprender el cine en su propio contexto, interpretarlo, valorar las producciones realizadas. Entonces, la pantalla grande agradaba y se quería ir a ver lo que presentaba.

Las producciones cinematográficas que tomaron gran auge en Colombia no eran precisamente lo que se quería resaltar del país, ni aquellas tan deseadas de ver en la soñada pantalla. Ejemplo de esto fueron: *La vendedora de rosas*, estrenada en mayo de 1998, bajo la dirección de Víctor Gaviria, que cuenta la historia de Mónica y un grupo de amigos en Medellín que sobreviven en el “rebusque”,¹ buscan disfrutar de la bélica independencia y del contexto de la ciudad. *La virgen de los sicarios*, estrenada en noviembre del 2000, bajo la dirección de Barbet Schroeder, que narra la historia de Fernando, un hombre bien posicionado, quien tiene una relación con Alexis, joven sicario que tras su fallecimiento por ajuste de cuentas es remplazado por Wilmar, sin que Fernando sepa que él lo ha asesinado. *María, llena eres de gracia*, estrenada en abril del 2004, bajo la dirección de Joshua Marston, narra la historia de María quien está por finalizar la juventud sobreviviendo el día a día en medio de la pobreza. María comienza a laborar en una empresa de exportación de flores de donde la despiden por vomitar sobre ellas; está embarazada. Acepta llevar droga a los Estados Unidos con la sospecha, pero no la certeza, de que la hecatombe está por comenzar. *Rosario tijeras*, estrenada en agosto del 2005, bajo la dirección de Emilio Maillé, escenificada en los caminos que ciñen las mismas comunas de Medellín, donde un ladrón conocido como el “Cachi” viola, con un grupo de amigos, a Rosario, quien aún asiste al colegio. Rosario en silencio se levanta y se venga con el objeto que se convertirá en su apellido: tijeras. Muerto el “Cachi”, el alma de Rosario no descansa, el sicariato ha nacido en ella. *Paraíso travel*, estrenada en enero del 2008, bajo la dirección de Simón Brand, evidencia cómo el llamado sueño americano se arraiga en las mentes de Reina y Marlon, quienes asumen la

¹ *Rebusque*: término coloquial en Colombia acentuado en la necesidad de buscar constantemente una actividad remunerada que permita la pervivencia. Suelen ser horas o momentáneas con bajo costo de remuneración, y se entiende como el principal sustento económico mediante la realización de varias actividades que permitan una remuneración mínima para las necesidades diarias. Actividad propia de la informalidad.

ilegalidad y atraviesan Centroamérica para poder cumplir dicho sueño. La mayoría de estas películas son adaptaciones de producciones literarias que no se leyeron como se esperaba (*La virgen de los sicarios*, del escritor Fernando Vallejo, *Rosario tijeras* y *Paraíso travel*, del escritor Jorge Franco).

En medio del gusto por la gran pantalla, pero con espectadores inconformes por los trabajos cinematográficos del país y que no conocían muchas producciones de cine, Netflix apareció en Latinoamérica en el año 2011 como una aculturación, un fenómeno de realidad virtual que incorporó apreciaciones visuales distintas a las que se tenían en el territorio. Así Netflix se fue adhiriendo a la cotidianidad ciudadana, al grado de naturalizarlo y defenderlo. Densa plataforma multimedia de producciones cinematográficas independientes, no se entendía del todo, porque si bien era fácil navegar en ella, lo difícil era encontrar algo con lo que mínimamente se tuviera relación, alguna idea que sonara atractiva. Aunque no gustaran las películas sobre nuestro país, ya se había consumido cine hollywoodense en los canales nacionales, los cuales moldearon las miradas para entender el desarrollo lineal del cine, y no existía una valoración de la composición cinematográfica, algún director de cine o actor que pudieran reconocerse en la información de las películas, o que indujeran a tomar elecciones determinadas sobre lo que se quería ver.

Pero había que tomar riesgos, como quien tiene en sus manos una brújula que no sabe cómo usar; allí estaba la gran cantidad de material organizado por categorías, disponible para explorarse. La interfaz de la plataforma conlleva esta idea, ser explorada, una pantalla negra que te muestra la salida o el camino, un caminar a no se sabe dónde, pero seguro. Al elegir tomar el riesgo de ver Netflix, se constató que sus películas no estaban nada mal; el concepto de inicio, nudo y desenlace, mártires y héroes, se vio desdibujado por el cine independiente, que sin duda gustó y se siguió consumiendo. En esas películas, que ahora se veían desde la comodidad de la casa, se identificaron aspectos como calidad visual, composición en las escenas, ambientación y tipo de historia. Se pudo disfrutar del cine como no se había hecho antes, sin los apuros de perder la función, de que ya no se encontrara en cartelera, de entregar la película rentada, de estar sujetos a horarios, a programaciones o maratones mediados por comerciales. Ahora se tenía el control del contenido, de cambiar, pausar y volver a ver, de saber la duración, el número de capítulos y temporadas de las series. Todo al alcance de la voluntad.

Netflix gustó; se volvió de consumo común por los bajos precios que ofrece; mantuvo al espectador con la implementación de las series en la plataforma; sobre todo, contó con la mejor campaña publicitaria, la “de boca en boca”, que evolucionó en las redes sociales a través de memes (imágenes creadas por usuarios para manifestar de forma graciosa alguna situación o contexto). En un primer momento, éstos fueron usados como distinción social entre quienes conocían

la plataforma y sabían a lo que se referían, lo que implicaba una segregación social similar a la que se observa el capítulo 1, temporada tres, de *Black Mirror*, “Caída en picada”. Lacie es una joven mujer inmersa en una sociedad en la que los comportamientos y las reacciones hacia los demás se valoran constantemente a través de los teléfonos móviles, al momento de la interacción física, es decir, se cuantifica qué tan bien se ha sentido una persona al saludar a otra. Lacie responde carismáticamente cuando se encuentra con alguien, sea quien sea, lo que se debe a que será evaluada por los demás, quienes determinan el puntaje social. Si es positivo, éste le permitirá acceder a mejores créditos, autos, vuelos, vivienda; le dará prestigio y podrá relacionarse con un círculo social determinado, es decir, la posibilidad de una vida de comodidades, fama y lujos al alcance de un cinco (valoración máxima). Lacie recibe estrellas por su comportamiento. “Acá” aún no se dan puntajes de cinco estrellas a través de los aparatos móviles a los avatares de las personas, pero sí likes a las publicaciones.

Cuando Netflix llegó al país, el consumo audiovisual aumentó, no sólo porque había material suficiente para hacerlo, sino por la facilidad intermediadora en la que se ubicó Netflix en un primer momento. Cabe aclarar que las series, más que las películas, recibieron del público latinoamericano mayor acogida, debido a su formato parecido al de las telenovelas, que no sólo son el medio más legitimado, sino una forma de reproducción local con gran impacto ideológico (Martín-Barbero, 1987).

En los años ochenta y noventa del siglo XX, la telenovela se instauró en Latinoamérica con un poderío legible y veraz respecto a una realidad que, en el caso colombiano, comenzó a involucrar a la población considerando sus deseos sobre el desarrollo de la trama. Ejemplo de esto fue *Café con aroma de mujer*, escrita por Fernando Gaitán, producida por el canal RCN y estrenada en 1994. Narraba la historia de una mujer llamada Teresa Suarez, conocida como “Gaviota”, que protagonizaba Margarita Rosa de Francisco, humilde mujer recolectora de café que se enamora de Sebastián Vallejo, nieto del dueño de la hacienda Casablanca, quien también se enamora perdidamente de ella. Su éxito se debió, entre otros aspectos, a que los canales nacionales se disputaban el *rating* y la audiencia con programas eróticos y realidades externas (Semana, 1994; Bustamante, 2015), temáticas que no representaban a los espectadores ni permitían reunir a las familias colombianas a ver la programación. La producción de Gaitán plasmó roles comunes de la gente en su cotidianidad y la situación del café, producto del que, para esa misma época, dependía la economía nacional. A través de la radio comenzó a preguntarse al público sobre lo que querían que sucediera en la telenovela: “su opinión es muy importante, ¡llame ya!”. Dicha producción local-social marcó un precedente de identificación, acogida y representatividad con las telenovelas, y se adaptó de

forma natural el hecho de disponerse a ver la telenovela. En el caso de Netflix, el auge corresponde a las series distópicas, puesto que han permeado el imaginario social a tal punto de creer que ese mundo es posible y está unos pasos más allá de los *millennials*. Años después del éxito de telenovelas como *Café con aroma de mujer*, Netflix estrena *Black Mirror Bangladesh*, película interactiva en la que el usuario elige lo que quiere que suceda, con un sistema de interacción más eficiente e inmediato que el de la ya antigua *Café con aroma de mujer*.

En este orden de ideas, y según algunos análisis de media, en el 2017 una muestra representativa de 32 países evidencia que las series que más han cautivado son las de género distópico. Éstas no han de entenderse como innovación, sino como un gran acierto que pone ante el presente una nueva propuesta del género, puesto que en *Un mundo feliz*, Aldous Huxley, en 1932, ya había planteado un acercamiento a lo distópico: la estratificación social a partir de embriones alfa, beta, gamma, delta y epsilon implica el dominio político y social de lo que serán las nuevas masas productoras y dirigentes, porque el esperma está determinado, lo que horrorizaba para entonces la naturaleza de la fertilidad y la aleatoriedad no controlada para la época. *Rebelión en la granja*, de George Orwell, evidencia en 1947 el surgimiento de la dictadura casi de manera procedimental; mientras que *1984* (1949) presenta una realidad futurista dominada desde diferentes áreas y espacios cotidianos, restricciones de género y una sed insaciable de las individualidades. Sin duda, el lenguaje es la mejor arma de dominación ante la alienación. Por último, *451 Fahrenheit*, escrita por Ray Bradbury y publicada en 1953, expresada como la temperatura exacta en la que comienza a arder el papel, genera un cuestionamiento importante sobre la necesidad de quemar cuanto libro se crea leído, comprendido y apropiado. Las producciones literarias mencionadas cautivaron desde los estantes de las librerías.

Posteriormente, un segundo acercamiento a lo distópico se dio con *Gattaca* en 1997, bajo la dirección de Andrew Niccol; con *Matrix*, escrita y dirigida por las hermanas Lilly Wachowski y Lana Wachowski, en 1999, y con *V de venganza*, bajo la dirección de James McTeigue, en 2005. Dichas producciones se trasladaron a un plano audiovisual que permitió entender, de manera gráfica y visual, el mundo futurista que había comenzado a percibirse en la literatura. *Gattaca* lo hizo desde su esquemática forma de concepción de las nuevas generaciones, modificada y planeada por los embriones y óvulos vistos en la pantalla; como expresa el doctor, ni en un millón de intentos lograrían la mejor versión sino es por dicha selección genética. *Matrix* fragmentó toda verdad conocida hasta entonces de la realidad y de los límites de la mente; mientras que *V de Venganza* dimensionó los excesos de poder y la manera como un enmascarado podía derribarlos en tanto reflejo de las dictaduras acontecidas en múltiples latitudes, distópicas en sus propias lógicas.

Antes de que el realismo mágico resignificara elementos inhóspitos propios de la literatura, ahora edificados desde un orden distópico, para muchos países de Latinoamérica los acercamientos a lo distópico provenían del ámbito internacional, aunque en Colombia, por ejemplo, ya se habían realizado los primeros intentos con *Barranquilla 2132*, escrita por José Antonio Osorio, en 1932, y *Una triste aventura de 14 sabios*, por José Félix Fuenmayor, en 1928.

Las creaciones distópicas expuestas anteriormente estaban inmersas en un contexto histórico que requería de nuevas perspectivas de la realidad y sobre todo de la reflexión en torno a la vida, la persona, el ser y las individualidades después de la crisis, la guerra, el poder, el desarrollo y la innovación tecnológica que se dieron en la época de mediados del siglo XX y comienzos del siglo XXI. Debemos preguntarnos por qué Netflix lidera un nuevo acercamiento a lo distópico con producciones como *Black Mirror*, de Zeppotron para Endemol (2011); *Altered Carbon*, creada por Leata Kalogridis y producida por John G. Lenic (2018); *The Rain*, creada por Jannik Tai Mosholt, Esben Toft Jacobsen, Christian Potalivo y producida por Christian Potalivo (2018); *3%*, creada por Pedro Aguilera y producida por César Charlone y Tiago Mello (2016); *Tau*, bajo la dirección de Federico D'Alessandro (2018); *Red Social*, dirigida por David Fincher y estrenada en el 2010; *Anon*, dirigida por Andrew Niccol y estrenada en el 2018; *The OA*, creada por Brit Marling y Zal Batmanglij, estrenada en el 2016; *Los 100*, creada por Jason Rothenberg y estrenada en el 2014; *1983*, dirigida por Kasia Adamik, Olga Chajdas, Agnieszka Holland y Agnieszka Smoczynska, estrenada en el 2018; *Nighflyers*, con Robert Collector como director y estrenada en el 2018; *Dark*, creada por Baran bo Odar y Jantje Friese, estrenada en el 2017; *¿Qué le paso a lunes?*, bajo la dirección de Tommy Wirkola y estrenada en el 2017; *Stranger Things*, dirigida por Matt Duffer y Ross Duffer, estrenada en el 2016; *La langosta*, dirigida por Yorgos Lanthimos y estrenada en el 2015; *Ósmosis*, creada por Audrey Fouché y estrenada en el 2019; *Requiem*, con la dirección de Kris Mrksa y Mahalia Belo, estrenada en el 2018; *Aniquilación*, dirigida por Alex Garland, estrenada en el 2018; incluso la idea de recrear *Star Trek* (creada por Gene Roddenberry en 1966, que comenzó a visibilizar las posibilidades del espacio, naves, trajes, máquinas y nuevas especies hacia la década de los años sesenta del siglo XX), con la producción de Discovery creada por Bryan Fuller y Alex Kurtzman, que es totalmente futurista, distópica.

Las producciones sobre este género implican la reflexión sobre la época actual y sus implicaciones tecnológicas adaptables al futuro, las cuales están sujetas a una lógica funcional y de productividad que modifica directamente nuestro presente y forma de vivir, al ser posible que las personas las acepten de forma natural y coherente. Hemos vanagloriado tanto los cambios históricos y los hitos que han generado transformaciones sociales en los últimos tiempos, que nos parece

coincidencia que China implemente un sistema de “crédito” político, comercial, social y legal como el de *Black Mirror*. Las “personas menos valoradas” o que no cumplan con un *statu quo* no podrán ser contratadas para ciertos empleos o no podrán inscribir a sus hijos en determinadas escuelas (Denyer, 2018); incluso nos parece jocoso que en Colombia se haya registrado el primer niño llamado Netflix de Jesús (*El Universal*, 2018).

Quedan pues varios panoramas; uno de ellos muestra cómo los sujetos legitiman o no lo que se reproduce en el cine, en las series y en las telenovelas sobre su propio país. Hay que considerar que en Colombia, por ejemplo, se ve más Netflix que los canales de televisión nacional (Semana, 2016), y que según reportes de Netflix, para el año 2017 sólo dos de las 34 series más vistas corresponden con la temática de narcos. Esto implica una línea de legitimidad muy similar a la que se dio con las producciones cinematográficas mencionadas anteriormente. Por otro lado, es importante pensar que todo esto se ha situado con un sabor catastrófico sobre el inevitable futuro, porque a la lógica fundacional de dichas series y películas se responde con una interacción natural, como si se siguieran las instrucciones de un manual, en cuanto a lo político, en las relaciones amorosas, en el tipo de vestimenta, de comida y en las formas de usar los elementos futuristas. Las producciones también funcionan como un previo indicativo conductual sobre el correcto uso de pantallas, hologramas, cámaras en nuestro ojo, implantes en la muñeca, coches eléctricos, escape a drones, tipos de castigos. Aprender viendo para después hacerlo.

Los futuros mostrados en la literatura, en los medios audiovisuales y ahora en Netflix se corresponden con las generaciones que los presencian, lo que no implica que también lo hagan con otras generaciones, puesto que, aunque tales representaciones del futuro se proyecten hacia ese mismo futuro o reconstruyan el pasado, su producción se está haciendo desde el presente. En este sentido se gesta un cuestionamiento importante respecto al futuro y los jóvenes, sobre cómo lo perciben y qué tan influenciados podrían resultar de la oleada distópica, la creación de objetos, el tipo de relaciones, la cotidianidad, la influencia tecnológica, de qué se sorprenderán ahora al pensar en el futuro.

Por ejemplo, se hizo un ejercicio investigativo en el que se tomó a un grupo de jóvenes colombianas del interior del país pertenecientes a un colegio femenino, nacidas a partir del 2003, entre los 15 y 16 años, que cursaban lo que en Colombia se conoce como grado décimo, un año antes de terminar su bachillerato o preparatoria, es decir, finalizaban su escolaridad preuniversitaria. Se les plantearon tres preguntas relacionadas con el género distópico y con el uso de elementos tecnológicos —ya vistos en cada uno de los acercamientos previos tanto literarios, visuales y de Netflix—, a partir de los cuales, dada la edad de las estudiantes, podrían dimensionar nuevas realidades más próximas.

En la primera pregunta sobre cómo consideraban que sería era el futuro, las palabras más utilizadas fueron: innovación, tecnología dominante, contaminación, guerra y caos —estas dos últimas utilizadas casi siempre como sinónimos—. En cuanto a las implicaciones que tendría la tecnología en el futuro las palabras más utilizadas fueron: demasiado, dominante, inútiles. Y, por último, al preguntarles sobre lo qué no estaría en el futuro, las palabras más utilizadas fueron: vegetación, agua, animales, cuadernos, anteojos, transporte y humanidad.

Posteriormente a estas preguntas se les presentó la película de *Gattaca*, sin ninguna antelación o previo aviso, y al finalizar se escucharon sus opiniones, las cuales variaban entre lo que consideraban correcto en la relación entre hermanos, el amor a pesar de todo estigma, y la necesidad de cumplir los sueños. Cuando se les preguntó específicamente qué era lo futurista en la película, las reacciones fueron diferentes, en tanto se cuestionó si hoy en día es “normal” utilizar los llamados torniquetes o el uso de sangre para comprobar médicamente alguna identidad. En particular, las chicas se sentían confundidas respecto al futuro porque, sobre la marcha, con los acercamientos distópicos muchas cosas han cambiado, se han moldeado o las mismas personas acoplan el uso de elementos a su cotidianidad o cultura, y a su localidad. Las referencias que hicieron las jóvenes eran claras y evidentes tanto para su edad como para su contexto. Algunos de los elementos distópicos en dichas películas ya se han instaurado en la realidad, y con Netflix sucederá lo mismo: será parte de nuestra realidad en su forma más cotidiana.

Aunque se crea que se está marcando un precedente de nuevas posibles realidades futuras, con objetos, comportamientos, ordenes lógicos de la cotidianidad, éstas podrían ser obviadas y cuestionadas por las futuras generaciones, y no porque la supremacía de Netflix se encuentre allí, la meca del futuro, sino porque logra adaptar realidades que ya suceden hoy, así que el futuro no es. El futuro es una masificación y reproducción del presente, un poco más estilizado, enfocado y naturalizado, un poco menos cuestionado. Netflix abandera la nueva distopía con una seguridad y argumentación tecnológicas tan racionales que no podrá imponerse con una tranquila supremacía. Es correcto, la abandera, pero también se había pensado antes que con Orwell, Huxley, *Gattaca* y *Matrix* sucedía. Abanderarlo tampoco significa que lo pronostique ni que trace un camino con luces led de neón por el que la alienada humanidad se dirija fervorosamente.

Cuando se viralizaron las primeras imágenes sobre el calentamiento global, las islas de basura, el deshielo y las toneladas de plástico encontradas en la autopsia de animales marinos encontrados en playas; cuando se constató la afectación de las pruebas de sónar y la destrucción de corales por el aumento de la temperatura y la aceleración de deforestación en el amazonas, un impacto ambiental aparentemente

irreversible, que implica un futuro sin agua, plantas, animales y humanos, nos concentramos en mejorar; lo evidencia el documental de Netflix *Our planet*, dirigido por Alastair Fothergill y estrenado en el 2019.

La propuesta de sobredimensionar el presente no es más que una forma de ajustar la cotidianidad al uso excesivo de la tecnología. La interacción informacional de los contenidos multimedia se densificará cada vez más, lo sabemos. Creímos que conoceríamos de todo debido a la expansión de los elementos tecnológicos y de los símbolos culturales que desató la globalización, y que el mundo sería más integral, compacto y unificado, pero se evidenció que la fragmentación y el establecimiento de las individualidades y de las localidades tienen más fuerza. La supremacía futurista de Netflix acabará cuando aparezca el mensaje: “¿Todavía estás viendo? Continuar. Salir”, y estemos fuera de casa lidiando con algo tal real como la fila de un centro de salud en la espera de ser atendidos.

Referencias

- Arias, María (2014). “¿Por qué hoy en día no se lee?”, Blogs uninorte, Barranquilla, <https://www.uninorte.edu.co/web/mmurilloa/home/-/blogs/%C2%BFpor-que-hoy-en-dia-no-se-lee>.
- Bradbury, Ray (1953). *Fahrenheit 451*. Nueva York: Ballantine Books.
- Bustamante, Lucía (2016). “Ethos y familia en Café con aroma de mujer”. *Enunciación*, vol. 21, 123-135. <https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/enunc/article/view/10416>.
- Canaltrece (2017). “Éstas fueron las series más vistas por los colombianos en Netflix”, Canal Trece, <https://canaltrece.com.co/noticias/estas-fueron-las-series-mas-vistas-por-los-colombianos-en-netflix/>.
- Castillo, Gerardo (2018). “Por qué se lee cada vez menos”, *El confidencial digital. Tribunal libre*, 17 de febrero, <https://www.elconfidencialdigital.com/opinion/gerardo-castillo-ceballos/lee-vez/20180207101153108870.html>.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2015). “El libro en cifras”. *Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*, vol. 8. <https://www.mecd.gob.es/dam/jcr:6405895e-f353-4438-acc0-e1d61723b650/libro-en-cifras-8.pdf>.
- Deyner, Simon (2016) “China wants to give all of its citizens a score - and their rating could affect every area of their lives”, *Independent*, 22 de octubre, <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/china-surveillance-big-data-score-censorship-a7375221.html>.
- Dinero (2016). “¿En qué países de Latinoamérica es más caro ir a cine?”, *Dinero*, Economía, 30 de enero, <https://www.dinero.com/economia/articulo/en-que-paises-de-latinoamerica-es-mas-carro-ir-a-cine/218662>.
- El Universal* (2018). “Registran a bebé en Colombia como Netflix de Jesús”, *El Universal*, 26 de mayo, <http://www.eluniversal.com.mx/mundo/registran-bebe-en-colombia-como-netflix-de-jesus>.

- Emol (2015). “José Feliciano critica la música latina actual: Se puede bailar, pero no escuchar”, *Emol* espectáculos, 16 de marzo, <http://www.emol.com/noticias/magazine/2015/03/16/708252/jose-feliciano-critica-la-musica-actual-se-puede-bailar-pero-no-escuchar.html>.
- Falkinhoff, Carolina y Valverde, Julieta (2009). “Pop Art: ¿rebeldía contra la sociedad de consumo o glorificación de los medios?”. *Creación y Producción de Diseño y Comunicación*, vol. 26, 88-89. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/139_libro.pdf.
- Franco, Jorge (1999). *Rosario tijeras*. Bogotá: Penguin Random House.
- Franco, Jorge (2001). *Paraiso travel*. Bogotá: Penguin Random House.
- Getino, Octavio (1998). *Cine y televisión en América latina. Producción y mercados*. Santiago de Chile: lom Ediciones. <http://cinelatinoamericano.org/biblioteca/assets/docs/libro/606.pdf>.
- Gutiérrez, Rodrigo (2015). “La explosión demográfica en América Latina, ¿tiene implicaciones políticas?”. *Nueva sociedad* (edición especial), 146-163. http://nuso.org/media/articulos/downloads/10_1.pdf.
- Huxley, Aldous (1932/2013). *Un mundo feliz*. Madrid: Cátedra.
- Latin America Hoy (2012). “El sector automotriz en américa latina”, Latin America Hoy, Blog de información sobre América Latina y El Caribe, <https://latinamericahoy.es/2012/04/17/el-sector-automotriz-en-america-latina/>.
- Martin-Barbero, Jesús (1987). “La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana”. *Signo y Pensamiento*, 6(11), 59-72. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5741>.
- Mosquera, Felipe (2010). “La franquicia. Una estrategia de crecimiento empresarial”. *Revista MBA EAFIT*, vol. 1. 70-85. <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/revista-mba-dic-2010.pdf>.
- Netflix (2017). “El año en maratones”, Netflix, <https://media.netflix.com/es/press-releases/2017-on-netflix-a-year-in-bingeing>.
- Orwell, George (1945). *Rebelión en la granja*. Londres: Harvill Secker.
- Orwell, George (1949). 1984. Londres: Secker and Warburg.
- Portafolio (2015). “Así se mueve el mercado de los electrodomésticos en Colombia”, *Portafolio*, 16 de julio, <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/mueve-mercado-electrodomesticos-colombia-25092>.
- Redacción actualidad (2017). “El reguetón embrutece a la humanidad: Totó la Momposina”, *El Espectador*, 29 de septiembre, <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/el-regueton-embrutece-la-humanidad-toto-la-momposina-articulo-715624>.
- Santos, Milton (2004). *Por otra globalización. Del pensamiento único a la conciencia universal*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Semana (1994). “Cafe: con aroma de éxito”, *Semana*, 5 de febrero. <https://www.semana.com/especiales/articulo/cafecon-aroma-de-exito/22319-3>.
- Semana (2015). “¿Por qué es tan caro ir al cine?”, *Semana*, 6 de mayo, <https://www.semana.com/economia/articulo/por-que-es-tan-carro-ir-al-cine/430316-3>.
- Semana (2016). “Los colombianos prefieren Netflix y Youtube sobre la TV abierta”, *Semana*, octubre 5, <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/los-colombianos-prefieren-netflix-y-youtube-sobre-la-tv-tradicional/473071>.
- Vallejo, Fernando (1994). *La virgen de los sicarios*. Bogotá: Alfaguara.

- Vega, Omar (2012). “Efectos colaterales de la obsolescencia tecnológica”. *Revista Facultad de Ingeniería*, 21(32), 55-62. <http://www.redalyc.org/pdf/4139/413940771005.pdf>.
- Zaid, Gabriel (2006). “La lectura como fracaso del sistema educativo”, *Letras libres*, http://cdn.letraslibres.com/sites/default/files/files6/files/pdfs_articulos/pdf_art_11611_11197.pdf.

Filmografía

Películas

- Bakalarz, A., Rodríguez, J., Carranco, M. y d'Avila, R. (prods.); Maillé, E. (dir.) (2005). *Rosario tijeras*. Colombia: Dulce compañía, fidecine, Ibermedia.
- Goggel, Erwil (prod.); Gaviria, V. (dir.) (1998). *La vendedora de rosas*. Colombia: Producciones Filmamento.
- De Vito, D., Shamberg, M. y Sher, S. (prods.); Niccol, A. (dir.) (1997). *Gattaca*. Estados Unidos: Columbia Pictures.
- Ménégoz, M., Osorio, J. y Schroeder, B. (prods.); Schroeder, B. (dir.) (2000). *La virgen de los sicarios*. Colombia Francia: Canal+, Les films du losange.
- Mezey, P. (prod.); Marston, J. (dir.) (2004). *María, llena eres de gracia*. Colombia Estados Unidos: HBO Films, Journeyman Pictures.
- Sanger, J. (prod.); Brand, S. (dir.) (2008). *Paraíso travel*. Colombia: Paraíso Producciones.
- Silver, J. (prod.); Wachowski, H. (dir.) (1999). *Matrix*. Estados Unidos: Warner Bros, Silver Pictures, Village Roadshow Pictures.
- Slver, J., Wachowski, H., Hill, G. y Orleans, L. (prods.); McTeigue, J. (dir.) (2005). *V de venganza*. Estados Unidos, Reino Unido, Alemania: Vertigo, Virtual Studios, Silver Pictures.

Series

- Black Mirror* (2016). Producida por Zeppotron para Endemol, creada por Charlie Brooker.
- De Laurentiis, R. (prod.); Wiekola, T. (dir.) (2017). *What happened to Monday?* Reino Unido. Estados Unidos. Francia. Bélgica: Nexus Factory.
- Kochavi, M., Rabin, D., Schiller, V. y Shadrack, D. (prods.); Kochavi, M. (dir.) (2016). *Dark Net*. Estados Unidos: Vocativ, Part2 imágenes.
- Levy, S. y Cohen, D. (prods.); Duffer, M., Duffer, R. y Levy, S. (dirs.) (2016). *Stranger Things*. Estados Unidos: 21 Laps Entertainment, Monkey Massacre.

¿POR QUÉ NO TENGO UNA SUSCRIPCIÓN EN NETFLIX? Y EL CINE COMO OBRA DE ARTE

Miguel Garzón Martínez

El cine y la televisión

La industria del entretenimiento ha cambiado de manera vertiginosa en los últimos 20 años. Me siento como un octogenario que recuerda con nostalgia cómo, hasta hace relativamente poco, existía una muy marcada diferencia entre cine y televisión. Pasé toda mi niñez en Bogotá, Colombia, y todavía puedo ver claramente las largas filas en las que me formaba en el centro comercial de Unicentro para comprar un boleto de cine que me permitiera experimentar un largometraje. Cuando mi madre me acompañó por primera vez a hacer la fila para ver *El Rey León* (del director Rob Minkoff, Roger Allers, 1994) —según recuerdo—, la pregunta ni siquiera estaba en mi mente, pero es pertinente realizar el experimento mental de lo que yo hubiera pensado si se me hubiera ocurrido en ese momento: ¿por qué debo pasar casi 30 minutos en la fila, que a esta edad se sienten como dos horas, y pagar dinero para ver una serie de imágenes que, en cierto sentido, podría ver de forma gratuita en el televisor de mi casa? Quizás una forma más coloquial de formular la misma pregunta sería: ¿cuál es la diferencia entre una película y una telenovela?

En mis épocas de hacer fila para ver *El Rey León* no habría podido imaginar que iba a dedicar mi vida a trabajar en cine y que de esa manera podría, algún día, responder de manera informada la pregunta que nunca me formulé. Así podría explicarme a mí mismo de qué manera el lenguaje del cine es diferente al de la televisión. El trabajo del guion y de la cámara, el diseño de producción, las locaciones e incluso las actuaciones, son superiores en un largometraje. La razón es simple: el largometraje implica meses de preproducción y un presupuesto saludable para generar dos horas de contenido. La telenovela tiene que generar una hora diaria por una fracción del tiempo y del dinero invertido para hacer cine, además de estirar la historia para poder crear episodios. ¿Cuántas escenas y tramas hay en las telenovelas que son claramente relleno y no conducen a ningún punto? Pero en una película cada

escena cuenta (al menos eso se supone). Sin embargo, esta división simplista ha sido desafiada y ya nadie sería capaz de defenderla.

El proceso ha sido gradual, pero se pueden identificar varios momentos clave en la cultura pop considerados como grandes puntos de quiebre. Sin duda alguna, el canal por suscripción HBO tuvo un gran papel con series como *The Sopranos* (Chase, 1999). A medida que la tecnología fue avanzando, los medios para realizar cine se democratizaron, de manera que se redujeron muchos de los grandes costos de las producciones gracias al hecho de que algunas herramientas se volvieron más asequibles, tales como las cámaras y los efectos digitales. El avance de internet también tuvo una gran influencia en la forma de distribuir el contenido. De repente se volvió posible “piratear” películas con una velocidad sin precedentes, de modo que en ciertos países remotos no había que esperar semanas o meses para sus estrenos. Incluso en los mismos Estados Unidos de América ya no había necesidad de pagar por una entrada de cine.

A principios del siglo XXI el cine empezó a perder parte de su pedigrí artístico; se hizo difícil distinguirlo de la televisión, y empezaron a surgir ciertos cuestionamientos en las mentes de las personas encargadas de escribir y desarrollar series de televisión: “¿por qué no podemos hacerlas más cortas y con presupuestos más altos? Ah, seguramente porque la gente no las va a ver”, pensaban en algún momento. Pero empezaron a tomar riesgos; realizaron apuestas, y la gente quiso verlas.

Cuando culminaba mi adolescencia descubrí la serie *24* (20th Century Fox, 2001). Es curioso que me gustara tanto, ya que en general soy un personaje que se siente poco atraído hacia la idea tradicional de masculinidad representada por el protagonista, Jack Bauer, y tampoco me llaman la atención los mensajes ultraconservadores y nacionalistas que la serie a veces promovía. Pero la razón por la cual hago esta referencia es porque *24* ilustra de manera muy contundente la transición de más a menos episodios en la televisión, con el mejoramiento de la calidad. *24* toma su nombre del hecho de que cada temporada está compuesta de 24 episodios y cada uno cubre una hora de tiempo real en la vida de Jack Bauer, agente federal de una organización antiterrorista ficticia que por lo general tiene que correr, saltar, disparar, matar y torturar para impedir alguna clase de atentado contra la población de Estados Unidos, a la vez que debe lidiar con sus propios problemas personales y familiares, mientras descubre alguna intriga política de paso. Entonces, por ejemplo, el primer episodio de la primera temporada ocurre entre la medianoche y la una de la mañana, el segundo entre la una y las dos de la mañana, y así sucesivamente.

Así pues, debido al diseño mismo de la serie, resulta indispensable que cada temporada consista de 24 episodios. Al volver a ver algunos de éstos, no obstante, puedo darme cuenta de hasta qué punto tuvieron que estirar la historia original

con el fin de poder cumplir dicho requisito. Hay algunas tramas que se repiten, otras que realmente no conducen a ningún lado, e incluso se apela a darle amnesia a uno de los personajes principales —la esposa de Jack Bauer— para complicar las cosas (y ni siquiera tuvieron la cortesía de darle un golpe en la cabeza, sino que explicaron su padecimiento únicamente con “estrés emocional”). Siento una gran admiración por las personas que escribieron esta serie, ya que lograron producir ocho temporadas (¡eso son 192 episodios!) que, a pesar de la repetición y el relleno, siempre lograban hacer que volviera para ver la continuación de las aventuras de Jack Bauer.

El último episodio de la octava temporada de *24* salió al aire en el año 2010, y se pensaba que sería el final de la historia; pero cierta tendencia a revivir antiguas series de televisión y apelar a la nostalgia contagió al equipo creativo de nuestra querida *24*. Y así fue como en el año 2014 se estrenó una nueva temporada. No se trataba de una temporada ordinaria, porque en este caso había solamente 12 episodios, y el trabajo de guion mejoró bastante (si dejamos de lado, claro, el hecho de que en las ocho temporadas anteriores ya se había hecho de todo y cierta repetición de tramas es inevitable). En mi mente, el momento en el cual *24* se vio presa de esta tendencia coincide con el momento clave en el cual se dio el paso irremediable que difuminaría para siempre la línea entre cine y televisión.

Mi historia personal

Es natural asumir que, para un cineasta joven como yo, el crecimiento de los servicios por suscripción como Netflix sea un sueño hecho realidad. ¿Qué podría ser mejor que la democratización de los aspectos más destacados del cine? Sin duda alguna, se crean oportunidades para personas creativas de ejecutar nuestra visión en diferentes plataformas y de alcanzar mayores audiencias. La nueva era de internet ha traído una flexibilidad nunca antes vista para la producción de contenido. Sin embargo, el día de hoy no he venido a hablar a favor de este inevitable movimiento ya consolidado y cuyas virtudes han sido discutidas varias veces. Y es que la verdad no tengo una suscripción a Netflix.

Suena paradójico, ¿cierto? Que un joven cineasta, inmigrante, que vive en Nueva York, no tenga una suscripción al futuro. Sin embargo, mi explicación es que soy un nostálgico. A mí me gusta ir al cine, pues me parece una experiencia incomparable e irreplicable; espero en las próximas páginas explicar por qué, a la vez que hacer una apología de ese viejo mamut que pudiera estar extinguiéndose lentamente. Para entender mi punto, debemos remontarnos al pasado, a mis épocas de estudiante de Filosofía en la Universidad Nacional de Colombia, cuando descubrí el trabajo de Martin Heidegger, controversial filósofo alemán que capturó mi imaginación con algunos de sus postulados, y esto fue antes de

que pudiera entender de lo que estaba hablando (si asumo, claro, que algún día entendí de lo que estaba hablando).

No quisiera tomarme mucho tiempo para explicar los postulados de Heidegger; bastará hacer una vaga referencia que me ayude a explicar cómo ha sido mi experiencia. Una de las líneas principales de su pensamiento es anclar la pregunta por el ser en el contexto histórico en el cual nos encontramos. Durante mucho tiempo, en filosofía se asumió que el ser humano podía pensarse con independencia de su historia, al igual que la realidad a su alrededor. Por ejemplo, considérese la obsesión de Platón con anclar el conocimiento en ideas que no se ven afectadas por el paso del tiempo; o la obsesión de Descartes con anclar el conocimiento en un principio indudable, que debe ser cierto para cualquier ser racional en cualquier contexto; o la obsesión de Kant con los juicios sintéticos *a priori*. Creo que se entiende lo que quiero decir.

Por otro lado, según Heidegger el ser humano descubre, experimenta, entiende y vive la realidad siempre desde un punto de vista particular determinado por su cultura y por su historia. Esto significa que no existe una sola realidad independiente de la existencia, sino que en cada caso el ser humano *accede* a su realidad desde ciertos parámetros. Los seres humanos “abrimos un horizonte de significado histórico” en el que el ser se nos hace patente.

Uso lo anterior para introducir la idea de que el pasado no se puede experimentar desde el presente debido a que los horizontes de significado desde los cuales el ser se nos hace patente son diferentes. Para Heidegger, las implicaciones de lo anterior son diversas interpretaciones del significado del ser según las formas en que se nos presenta. No obstante, intentaré hacer una aproximación menos general del asunto. Así pues, por ejemplo, la forma en que un griego experimentaba el sistema educativo en la época clásica es incomprensible para las personas de hoy. Los ideales de la Revolución Francesa de libertad, igualdad y fraternidad tenían un significado totalmente distinto del cual tienen ahora (en esa época, por ejemplo, las mujeres no estaban incluidas en esa libertad, igualdad y fraternidad, al igual que los hombres que no fueran europeos).

En mi experiencia del asunto, el cine en cuanto cine tiene la capacidad de abrir horizontes de significado que de otra manera permanecerían cerrados. Justamente mi interés en dichas aperturas, y la opinión de que Netflix y otros servicios no logran llegar tan lejos, es la razón por la cual no tengo esas suscripciones. Pero, ¿a qué me refiero cuando afirmo “el cine en cuanto cine”? Si el cine consiste en una serie de imágenes en movimiento acompañadas de sonido para contar una historia, ¿cuál es la diferencia entre cine y Netflix? Ya hemos establecido que la línea de calidad y prestigio que una vez separaba a estos medios se ha desvanecido; en ese sentido, ¿cómo podría hacer el cine un mejor trabajo que Netflix, o incluso un trabajo diferente, al abrir horizontes de sentido?

El cine en cuanto cine tiene la gran ventaja de ser una experiencia que requiere de la participación activa por parte del espectador si se la compara con Netflix. La expresión “ir al cine” se vuelve literal y relevante en tanto que no es posible “ir a Netflix”. Ir al cine implica transportarse a otro sitio, mirar horarios y estar con otras personas. Suele decirse que es mucho trabajo, pero un trabajo del bueno que conlleva interés y que prepara nuestras almas para experimentar algo nuevo. Nuestro espíritu ha alcanzado una disposición diferente gracias al empeño y tiempo invertidos.

Hay varios factores que contribuyen a que dicha disposición se presente. Primero, existe un sentido de comunidad en ir al cine. Incluso si uno va solo o sola, a menos que la sala se encuentre totalmente vacía, no hay manera de estarlo. Pero si consideramos esa situación extrema, aún allí veremos que la sala de cine no es la sala de la casa, y esto ayuda a justificar en nuestras mentes que estamos ante una experiencia diferente a la de Netflix. Para hacer un contraste con otra noción harto popular en Latinoamérica: es posible rezar a Dios al borde de la cama cada noche antes de dormir, y creemos que nos escucha y está ahí porque Dios está en todos lados. No obstante, todavía existe la necesidad de ir al templo para adorarlo. La misa es un suceso que únicamente puede ocurrir en la Iglesia y no en la recámara al rezar. De manera análoga, el cine en cuanto cine únicamente puede acontecer en la sala de cine.

El sentido de comunidad tiene en ambos casos la habilidad de elevar el espectáculo. Antes de vivir en Estados Unidos, me encontraba entre las personas que censuran con entusiasmo la costumbre norteamericana de aplaudir en el cine. ¿Para qué hacerlo cuando el artista no puede escucharnos? Esta tontería que en efecto no tiene mucho sentido fue una de las primeras costumbres que aprendí a observar en mi nuevo hogar. Me di cuenta de que el aplauso no tiene por fin celebrar al artista, sino a la comunidad y a los personajes. Es una lección que sólo podría haber sido comprendida en Estados Unidos, y que sucede de manera exclusiva en la sala de cine y al interior de una comunidad de fanáticos y fanáticas que comparten el mismo entusiasmo por la producción. En efecto, al ver las mismas escenas por primera vez en la sala de mi casa me resultaría imposible tener aquella reacción visceral. Las risas y la emoción se magnifican gracias a la electrificante energía de la comunidad.

El cine en cuanto cine es espectáculo, pero en las mejores ocasiones, el cine en cuanto cine también es una obra de arte. Esto nos lleva a la antigua pregunta acerca de cómo se experimenta el arte. Con una pintura, por ejemplo, vemos el original que se encuentra en el museo, la pieza misma con los materiales tal cual fueron manipulados por el artista. Sin embargo, también hay copias de dicha pintura, impresas y a la venta, que pueden verse en libretas, en la tienda de recuerdos del museo, en calendarios, etcétera. Se considera que las copias

no pueden capturar adecuadamente la experiencia de estar en presencia de la obra de arte, precisamente por tratarse de una copia. Algo similar pero menos dramático sucede con la música. La gente paga dinero para ver a sus artistas en vivo porque esta experiencia es mucho más inmediata y gratificante que escuchar las mismas canciones pregrabadas desde la comodidad de un par de audífonos. Y es que las canciones no son las mismas. Cada vez que escuchamos la pista en casa se repite la misma canción. Pero escucharla en concierto se convierte en una experiencia irrepetible, pues el arte no se reproduce, sino que se produce frente a nuestros ojos. El arte es un “acontecimiento” que acaece en nuestra presencia y, en ese sentido, nos volvemos parte de él.

El cine y Netflix comparten este aspecto. Es posible comprar una película en formato casero y verla muchas veces, o repetirla constantemente en Netflix, pero no es posible recrear la experiencia original de verla en el cine, por primera vez (en un templo, por decirlo de alguna manera), y en medio de una comunidad que comparte los mismos intereses. Incluso esto se ha convertido en una broma en internet debido a la obsesión del cineasta Christopher Nolan con los formatos grandes, tales como imax. Bastará una breve búsqueda en internet de *The way Nolan intended* (“la forma en que Nolan quisiera que la vieras”) para encontrar el meme al que estoy haciendo referencia. Este realizador es notable porque considera que la experiencia del cine es irrepetible, y sus películas (desde la parte visual hasta el diseño de sonido) están pensadas para maximizar el espectáculo de verlas en la pantalla grande. Lo anterior crea una urgencia: si queremos experimentar la película en su máximo esplendor, debemos disfrutarla en una sala de cine y en compañía de una comunidad que comparte los mismos intereses.

Por supuesto, cuando las películas de Nolan se distribuyen en formato casero, es posible comprarlas y verlas en la sala de la casa, pero lo que experimentamos entonces no es lo mismo. Y esto es análogo —una vez más— a escuchar un álbum de música en comparación con ir a ver al artista en concierto.

El cine como apertura de sentido

No considero que Christopher Nolan, a pesar de su gran purismo, sea el único representante válido de la tradición que busco defender en el presente escrito. Entiendo también que se trata de una perspectiva profundamente personal basada en la forma en la cual permito que el cine me afecte. A pesar de todo esto, me gustaría concluir con la afirmación de que el cine se encuentra en una posición única para posibilitar ciertas aperturas de sentido del ser que solamente pueden darse en el arte y, en este contexto, comunica eficientemente la experiencia de “convertirse en otro” o “compartir las experiencias de otredad”. Por ejemplo, entre los momentos definitorios de la historia de Queen —una de mis bandas favoritas—,

y quizás del rock en general, se encuentra su célebre concierto en el Live-Aid de 1985, el cual no pude presenciar debido a que nací un año después, en 1985. La película *Bohemian Rhapsody* (Singer, 2018) no me gustó para nada, debido al guion simplón que carece totalmente de profundidad. Pero confieso que, hacia el final del largometraje, cuando se presenta una reconstrucción increíblemente detallada de dicho concierto, me emocioné hasta las lágrimas; sentí que estaba ahí. La película en cuanto película me abrió un horizonte del ser frente a mí, el cual posiblemente habría permanecido oculto si no lo hubiera experimentado en la sala de cine y con una audiencia que entendiera mi emoción.

Situaciones similares han ocurrido con mis películas favoritas, las cuales he tenido que regresar a ver a la sala de cine varias veces para aprovechar la irreplicable experiencia de verlas en la pantalla grande y con una comunidad que comparte mis valores. ¿Cómo cuantificar lo que he aprendido y la otredad que he experimentado en piezas tales como *Inside Out* (Docter, 2015), *Arrival* (Villeneuve, 2016), *Short Term 12* (Cretton, 2013) y *Moonlight* (Jenkins, 2016)? Por cierto, si ustedes no han visto alguna, les recomiendo fuertemente que las consigan y las disfruten, aunque claro, la experiencia de verlas en cine ha pasado, y esa parte va a ser bastante difícil de replicar. Entonces, ¿cómo evitar fantasear con la experiencia de ver en el cine aquellas películas que me perdí, tales como *2001: A Space Odyssey* (Kubrik, 1968), *Schindler's List* (Spielberg, 1993), o incluso *The Matrix* (Wachowski y Wachowski, 1999)?

El cine tiene el poder de hacernos sentir las emociones de otras personas que normalmente no son asequibles a nuestra mente. Como toda forma de arte, se trata de un diálogo entre la humanidad, pero con la capacidad de transportarnos a otros lugares, a otros tiempos, a otras pieles y a otros cuerpos, de la misma manera que la presencia de lo divino se hace patente en el templo. Las aperturas de sentido posibilitadas por las películas alcanzan su plena realización gracias a las condiciones materiales que preparan a nuestras almas para emprender un viaje, esto es, mirar horarios, transportarse a otro lugar, participar de una normativa común (no hacer ruido, no usar el teléfono celular).

Así pues, definiendo el cine en cuanto cine y creo que sus experiencias deben preservarse, defenderse y protegerse, ya que son irrepetibles y nos conceden aperturas de sentido poderosas que posibilitan un mejor diálogo entre la humanidad. Los servicios de suscripción como Netflix tienen el importante papel de democratizar parte de esta apertura y llevarla a una audiencia mayor, pero la diferencia en las condiciones materiales disminuye su impacto. Es por eso que no tengo una suscripción. Después de experimentar una película en el cine, sobre todo si lo hice varias veces, me queda muy difícil verla en casa porque no puedo evitar sentir que me faltan las sensaciones que se despertaron en mí al verla por primera vez bajo las mejores condiciones posibles.

NUEVOS LANZAMIENTOS

DEL CUERPO Y OTRAS FIGURACIONES DE FUTURO

Manuel Roberto Escobar

*“¡Pero eres un hombre, con partes demáquina,
no una máquina que se cree un hombre!
A veces es muy difícil hasta para mi entender lo que soy,
y aún más difícil recordar lo que fui antes”*

Claire y Zima Blue

La pregunta que el filósofo Baruch de Spinoza hacía en el siglo xvii sobre “lo que puede un cuerpo” no sólo sigue vigente en nuestra contemporaneidad, sino que al parecer se constituye en una clave muy relevante para indagar en nuestro futuro inmediato. Tras siglos de lucha contra la condición “carnal” de lo humano, en la que se le opone ya sea el alma o la razón, nuestro destino próximo ahora se vislumbra inexorablemente atado a las posibilidades de la corporalidad. “Lo que puede un cuerpo” aparece como la frontera de nuevos modos de existencia y de humanidad. Así, el cuerpo se torna en nodo tanto de las *utopías* de la sociedad que imaginamos, como de las *distopías* en que podemos devenir.

La centralidad del cuerpo en nuestras visiones de futuro se reitera en los relatos que circulan en la sociedad tan mediatizada que vivimos. Un ejemplo es la plataforma en línea Netflix, que no sólo ha revolucionado la forma de consumir contenidos audiovisuales, sino que también ha posicionado producciones que muestran esas posibilidades cercanas de transformación de la vida humana. Éxito particular han tenido ciertas series que perfilan sociedades imaginadas, próximas aunque aún no existentes, cuyo carácter ideal las vuelve indeseables; es la distopía, en la perspectiva que le atribuimos a Tomás Moro (1516). Se trata de ficciones que proponen horizontes de sentido inquietantes frente a la condición humana y la existencia en colectivo:

Podemos hablar de por lo menos dos tipos de utopías: aquellas que nos dibujan un mundo mucho mejor, y aquellas que nos hacen temer por lo que vendrá. Estas últimas, proyecciones de todos los miedos

de una sociedad, hacen las veces —en muchos casos— de lugares donde depositar todo lo que una sociedad quiere expulsar, negar, borrar, olvidar. Nacen así las distopías: narrativas de catástrofes futuras, presentes alternativos que amenazan con la destrucción de la especie humana, espacios ficticios para encerrar a los parias, mundos donde la anarquía es la ley o donde los humanos devienen esclavos de misteriosos seres perversos (Aschner, 2017: s.p.).

El cuerpo aparece una y otra vez en numerosas narraciones de futuro ofrecidas por Netflix. Lejos de ser un tema adicional o anexo, emerge como pivote de mundos y sociedades con frecuencia distópicas. En el cuerpo parece residir la clave para la modificación humana, con la consecuente transformación de nuestros modos de vida. Desde la ampliación de las capacidades hasta la enajenación del sujeto mismo, la manipulación de los cuerpos se nos anuncia en directa relación con una libertad ambigua que se disputa relato a relato.

En las producciones audiovisuales de Netflix, el cuerpo suele aparecer por lo menos con dos características que se reiteran una y otra vez. Por una parte, lo interviene la tecnología en la idea de que el ser humano se reconfigura a sí mismo hacia una corporalidad más bien *cyborg*, en el sentido propuesto por Donna Haraway (1991). La ciencia y sus “aplicaciones” están al servicio de un ser humano que se amalgama cada vez más con la tecnología. Lejos de ser artefactos que se anexan, tipo prótesis, más bien se intenta producir cuerpos en que las fronteras entre naturaleza y tecnología sean cada vez más difusas. Por otra parte, los airados intentos de reconfigurar el cuerpo se dan en el marco de lo que podríamos denominar, según Guy Deboard (2000), “sociedad del espectáculo”. El cuerpo intervenido, modificado con la tecnología, se expresa en la lógica de exhibición, presto a ser mostrado; se vincula con subjetividades que hacen de su propia existencia un espectáculo donde el capitalismo no busca ya la máxima acumulación de mercancías, sino el consumo incesante de aquellas que dan estatus e indican “estilos de vida”. Así, ya no se comercializan sólo mercancías, sino que cada sujeto y su propia corporalidad están en permanente consumo. Por tanto, el individuo mismo se torna en mercancía, y las vitrinas y los aparadores saltan de los almacenes para tomar todos los escenarios de la vida cotidiana. Es como si la vida humana deviniera en un *reality show* que consumimos permanentemente.

Desde esta perspectiva, entre las muchas series de Netflix han llamado mi atención dos en particular. Una es la famosa *Black Mirror*, que desde la introducción anuncia en una imagen su objetivo: mostrar como en espejo las inquietantes posibilidades de sociedades que incorporan la tecnología nodalmente en sus cuerpos y en sus modos de vida. Pero justo son sociedades distópicas, y el reflejo es perturbador: espejo roto, con vetas discutibles de realidad. La otra serie que me atrae

profundamente es la animación *Love, Death & Robots*, que pareciera una extensión de *Black Mirror*, pero ahora centrada en la figura del robot, de la inteligencia artificial, o de la subjetividad *cyborg* que vincula la *techne* con la materialidad del cuerpo humano. Y de nuevo relata un futuro distópico en el que las máquinas pensantes o las personas tecnologizadas invitan a debatir qué es precisamente el rasgo de humanidad que nos subyace, y si esa impronta de lo humano aparece también en el robot o en el *cyborg*.

De ambas series he elegido un capítulo específico para enfocarme en la reflexión que ofrezco sobre el cuerpo en los relatos audiovisuales contemporáneos de las sociedades distópicas próximas. Aquí lo corporal aparece como nodo fuerte de intervención por la tecnología y foco de un orden social en que el capitalismo deviene en sociedad espectáculo, literalmente, en vidas espectacularizadas.

Zima Blue o la búsqueda espectacularizada del sentido profundo de existencia

Figura 1. Zima Blue, *Love, Death & Robots*



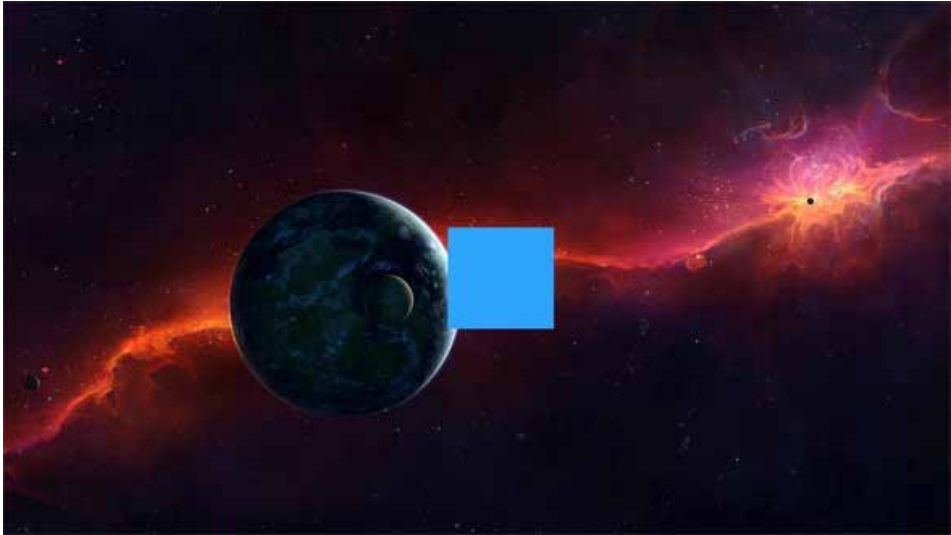
Fuente: Contreras (2019).

Love, Death & Robots lanzó en el 2019 una temporada de 18 cortos animados muy debatidos entre la audiencia. Lo transversal a todos los capítulos es la presencia de personajes que amalgaman la materialidad humana con la incorporación tecnológica. Por tanto, se proponen relatos de situaciones cotidianas donde las subjetividades robóticas y/o *cyborg* decantan en variedad de identidades (desde robots que rememoran la existencia de una especie que se llamó humana hasta bestias virtuales que combaten en luchas públicas afectando la carnalidad del humano que le subyace). En general, los guiones proponen sociedades cuyos límites entre los conceptos de robot y humano son borrosos.

Uno de los capítulos se titula “Zima Blue”. Mientras viaja por un amplio mar azul, Claire, una periodista, reflexiona sobre la invitación que el reconocido artista plástico Zima Blue le ha hecho para hablar de su obra máxima. El relato, de no más de nueve minutos, cuenta sobre un hombre que rápidamente abandonó la pintura de la figura humana para explorar formatos estéticos cada vez más amplios en el universo mismo. Una extraña obsesión acompañará su creación: un pequeño rectángulo azul va a aparecer siempre en sus imágenes sobre el cosmos, y en determinado momento tomará la centralidad de la obra al punto de convertirse en inmensos murales azules que incluso enmarcan planetas enteros. Pero esa búsqueda de la creación artística en la inconmensurabilidad del universo se acompaña también de un trabajo personal que implica la transformación del propio cuerpo. Así, Zima Blue interviene progresivamente su corporalidad para alterar sus capacidades sensoriales: ver gamas de luz que el ojo humano no puede captar, lograr que músculos, órganos y piel resistan temperaturas y ambientes extremos, etcétera. De este modo, Zima Blue deviene en algo así como el superhombre nietzscheano: la potencia de su voluntad forja un cuerpo hacia sus máximas capacidades, lo que le permite interactuar directamente con las amplias posibilidades del universo.

Pero el punto distópico orbita desde el principio de la narración. Este ser, cuyas intervenciones corporales lo hacen tan intimidante como atractivo, ofrece la pregunta de los límites de la humanidad. ¿Es un hombre con partes de máquina o producto de una tecnología que se cree humana? ¿Será que la escena final arroje inquietantes respuestas? Vemos un varón alto, estilizado y de musculatura definida, ataviado sólo con una capa roja, pues su propia piel luce como cubierta. El escenario es oscuro pero lo ilumina un haz de luz hasta que llega al borde de un inmenso rectángulo azul que también se alumbraba justo antes de acogerlo. Es una antigua piscina restaurada, ¡justo aquella que vio la primera existencia del actual Zima! Conocemos entonces su origen, que sigue presente en él mismo, en su propia carnalidad. Cientos de años atrás una mujer “aficionada” a la robótica creó un ejemplar cuya función era limpiar minuciosamente cada loza de su piscina azul. Con el paso de los años, el avance de la tecnología y el empeño propio, esa máquina, que poseía un nivel básico de inteligencia que le permitía implementar mejores formas para hacer su trabajo, devino en el Zima Blue ya descrito.

Y entonces el superhombre, artista sensible de corporalidad ultrahumana, explorador del cosmos, encuentra respuestas a la pregunta profunda por el sentido existencial. Se despoja de la capa y se lanza a la piscina de su origen. Primero desconecta su inteligencia, ese pensamiento que le da mismidad, y luego desarma cada parte de sí mismo, cada intervención, para dejar ese aparato básico que cumple “la felicidad de una tarea bien realizada”. La búsqueda ha llegado a su fin y el espectáculo de su propia vida cierra el telón.

Figura 2. Zima Blue, *Love, Death & Robots*

Fuente: Contreras (2019).

La narración de Zima Blue propone un espejo futurista en el que se llevan a cabo varios argumentos nodales de las sociedades occidentalizadas contemporáneas. Son sentidos hegemónicos cuyos trazos para la vida se suponen deseables en la diversidad de pueblos aún existentes en el planeta tierra, pero las consecuencias de este proyecto de existencia se anuncian aquí en un relato inquietante. Se trata, en primer lugar, de la búsqueda del sentido que anima profundamente a la humanidad. La vieja pregunta “¿quién soy?” se lanza en este caso literalmente al cosmos, para descubrir prontamente que el universo no revelará verdad alguna más allá de la interpretación del sujeto que la inquiere. La “moraleja” une lo inconmensurable con lo inmediato, lo macro con lo micro, de modo que uno se pregunta si en este relato valía la pena hacer intervenciones artísticas tan enormes en el universo para indagar una pregunta que literalmente se ubicaba en el fondo de sí mismo. La obra del artista implicó monumentales intrusiones humanas en el espacio estelar, desde murales cósmicos ubicados junto a un planeta que casi lo cubren, hasta un cinturón de asteroides pintados de azul, quizás el de nuestro propio sistema solar.

Se trata también de una búsqueda de sentido supremamente antropocéntrica, en la que un artista varón impone una pregunta muy propia a la naturaleza. Así, el cosmos se lee como un inmenso lienzo presto para la creación del humano hombre. Cómo afecta esa creación al universo no parece importar, pues los megamurales emergen como obras artísticas que trascienden el globo terráqueo pero que no implican ningún cuestionamiento de las afectaciones a los sistemas de los astros que las acogen. Entonces, si bien esa relación con la naturaleza pasa en el relato

por una dimensión estética, no escapa a la típica lógica de la modernidad, que ha justificado la incesante explotación de recursos naturales en la idea de que el mundo, y ahora el universo, están para el consumo de la humanidad.

Vale la pena destacar que la relación entre humano y naturaleza se da aquí por una opción estética. El artista duda de la racionalidad de lo humano y de la potencia de las respuestas existenciales que allí pudiera encontrar, y se lanza a una vía artística que desde la sensibilidad interviene el cosmos y se lo apropia mediante la obra de creación. Literalmente impone al universo el color azul de su singular inquietud, para lo que rompe con cánones del arte y lo eleva fuera de este mundo. La tecnología llega en apoyo de tal exploración tanto para proveer la parafernalia de artefactos que sostienen estas megaobras, como para ampliar las capacidades sensoriales de su creador. Aplican aquí las reflexiones de Haraway:

En el periplo de este ensayo hacia un *lugar-otro*, he prometido metaforizar la naturaleza a través de un implacable artefactualismo. Pero ¿qué hemos de entender aquí por *artefactualismo*? En primer lugar, significa que la naturaleza para nosotros se construye tanto en forma de ficción como de hecho real. Si los organismos son objetos naturales, es crucial recordar que los organismos *no nacen*: están contruidos en un mundo cambiante de prácticas tecnocientíficas por un colectivo de actores particulares, en temporalidades y localizaciones específicas. En el vientre del monstruo local/global en el que me estoy gestando, a menudo denominado el mundo posmoderno, la tecnología global aparece para “desnaturalizarlo” todo, para hacer de cualquier asunto una cuestión maleable, de decisiones estratégicas y procesos de producción y reproducción móviles (Haraway, 2019: 32).

Entonces, si bien el arte se nos presenta como una opción para el sujeto que desiste de la búsqueda de “su verdad” en el ámbito de la razón humana, tal iniciativa no escapa al reiterado uso de la naturaleza como espacio ficcional que puede ser erigido por el hombre. Zima Blue se construye a sí mismo una y otra vez hasta constituirse en algo como un superhumano capaz de elevar sus capacidades más allá del planeta Tierra. Lo vemos que camina por ríos de lava o mundos gélidos gracias a las modificaciones de su cuerpo, que le permiten umbrales de sensibilidad distintos a los comunes. Pero su configuración *cyborg* no lo lleva hacia una inteligencia superior a la humana; la apuesta “artefactual” en este caso no se emparenta con una inteligencia artificial (IA) que potencie la posibilidad del conocer humano. La producción de sí mismo pasa por el pensamiento pero hace otro énfasis: la ampliación de la sensibilidad; la potenciación de los sentidos, lo que

le permite indagar el universo sin las limitaciones de la corporalidad humana. En consecuencia, las fronteras de su creación artística trascienden su propia carnalidad para orientar al espacio estelar su empeño estético.

La búsqueda de sentido existencial, si se quiere una pregunta de corte identitario, lo lleva hacia la naturaleza cósmica. Y es allí donde la posmodernidad de su relato cae en la premisa más reiterada de la modernidad capitalista: naturaleza para el uso humano; naturaleza inexorablemente vinculada a la intervención de los humanos, cuyos actos de creación los convierten en mito. La periodista que lo ha buscado durante años informa de tal mitificación: ¿qué edad tiene? ¿Su corporalidad intervenida lo emparenta con un robot? ¿Qué condición de humanidad lo subyace? Resuenan las palabras de Nietzsche:

Dicho impulso (el de la construcción de metáforas) busca para su actividad un campo nuevo y un cauce distinto, y los encuentra en el mito y, de modo general, en el arte. Confunde sin cesar las rúbricas y las celdas de los conceptos introduciendo de esta manera nuevas extrapolaciones, metáforas y metonimias, continuamente muestra el afán de configurar el mundo existente del hombre despierto, haciéndolo tan abigarradamente irregular, tan inconsecuente, tan encantador y eternamente nuevo, como lo es el mundo de los sueños (Nietzsche, 1873: II).

Entonces tenemos una exploración estética que parece liberar al sujeto de su exceso de razón, de la búsqueda incesante de verdad existencial. Al comprender que la construcción de sí mismo y de la naturaleza cósmica es tan sólo una ficción, *Zima Blue* se deconstruye para volver a la simplicidad de su origen. Por ello abandona tanto el intelecto como la amalgama de artefactos tecnológicos que lo han hecho algo más que humano. La culminación artística pone en *performance* el agotamiento de la racionalidad, y el cuerpo se desarma en una desintegración del sujeto que evidencia la diversidad que lo compone. El mito suprahumano sigue así su intuición y devuelve el dominio del arte sobre su propia vida y la de sus espectadores.

Sin embargo, no hay que obviar el sinsabor de que tal insurrección creativa siga ciertos patrones de la modernidad más convencional, justo en un guion que pareciera de lo más posmoderno. La apuesta artística no duda en transformar la naturaleza y ponerla al servicio de una forma de mercado de imágenes en mundo en que la estética se presenta intrínsecamente vinculada al espectáculo. Al final no podemos dejar de preguntarnos cuánto durará en la memoria del público este *show* y cuál será la siguiente obra colosal que arranque los aplausos interplanetarios.

Tampoco podemos evadir la inquietud feminista de ¿por qué un hombre? ¿Por qué mantener la subjetividad en el plano binario de los géneros? Y también surge cierta inquietud decolonial, ¿por qué en el relato la apariencia afro del protagonista no implica nada particular? Justo el guion hubiese podido hacer devenir a Zima Blue en algo más que un *cyborg* reconocible como varón. Su autoconstitución trastoca los sentidos humanos, la percepción sensorial, el funcionamiento de órganos; la vitalidad misma se extiende hasta bordear con la inmortalidad... pero el género pareciera intacto, y la raza no es ni siquiera un dato. Quizás él podría haber devenido en “monstruosidad”, en el sentido positivo de incorporar en sí mismo rupturas con el “biopoder” sobre los cuerpos (Braidotti, 2005). Quizás la intervención corporal que presentada, el entramado entre carnalidad y tecnología, si bien amplía las capacidades humanas, no desordena los cuerpos ni altera formalmente las prescripciones que el *ethos* moderno ha dado a la humanidad. Entonces el espectáculo es la desintegración del sujeto, pero no pasa por la modificación del orden somático establecido.

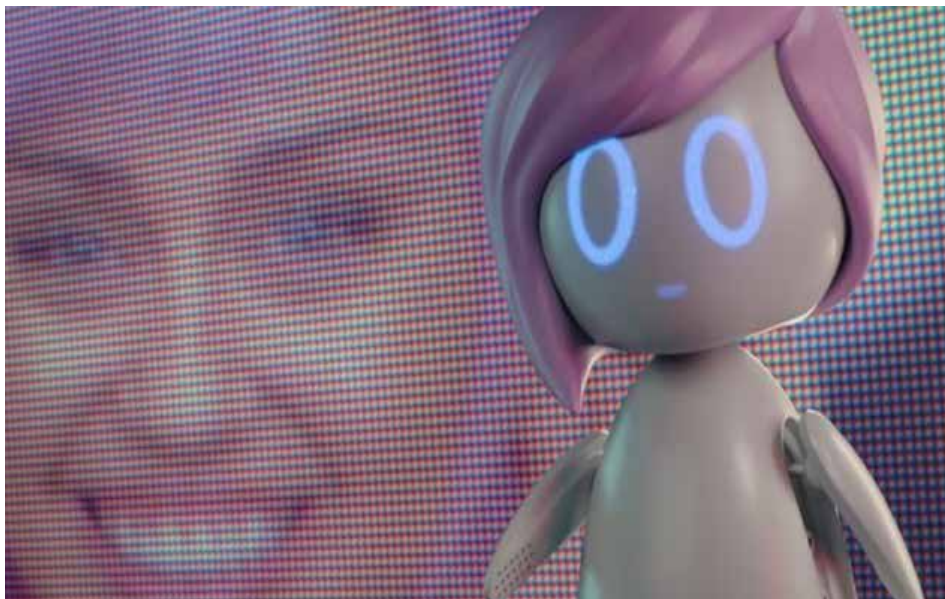
Ashley eternal: el show debe continuar

“Rachel, Jack & Ashley Too” es el título de uno de los episodios de la quinta temporada que la famosa serie *Black Mirror* lanzó en el 2019. Propone una narrativa un poco distinta de la acostumbrada. Junto con otro capítulo, “Striking Vipers”, toca el tema de la relación de los sujetos con el mundo del espectáculo, del espectador con los personajes que admira. Un aspecto interesante es que la protagonista es la superestrella del pop Miley Cyrus, cuya presencia resulta pertinente pues su vida se acerca a la del guion aquí representado. Se trata de la tensión que las artistas adolescentes, tipo “princesas Disney”, enfrentan cuando tratan de sacudirse de ese modelo. La propia Miley, luego de su paso como Hannah Montana, es muy conocida por “sus escándalos”, que contradicen la imagen de chica dulce que la llevó a la fama; casos como el de Christina Aguilera, Britney Spears o Lindsay Lohan son emblemáticos al respecto.

La rebelión de “las chicas Disney” va más allá de la disputa por el tipo de artista o de música que ellas proponen. Pasa por la autonomía en la creación artística, respecto a las demandas del mercado, pero pone el debate sobre los modelos de feminidad que estas jóvenes agencian. Los escándalos que llaman la atención sobre sus vidas tienen que ver con la ruptura de valores prescritos para las mujeres de la modernidad más tradicional, difundidos fuertemente desde los grandes emporios del entretenimiento. Tanto Hannah Montana como Ashley O exaltan la sensibilidad femenina en clave de delicadeza, respetan la institucionalidad —con un particular apego al modelo de familia nuclear y al de pareja monogámica y heteronormada—, exacerban el discurso del amor romántico, reprimen su fuerza y la violencia, y

actúan un diálogo siempre en “buenas maneras”. Por ello, cuando se sacuden de tales representaciones, emerge un ejercicio que las enfrenta con sus instintos, con un deseo que ya no encubre su erotismo ni el sexo, con tensiones hacia la industria misma, con objeciones a los roles avalados para mujeres jóvenes... Y entonces su público las considera trasgresoras, desviadas e incluso abyectas.

Figura 3. Rachel, Jack & Ashley Too



Fuente: La Claqueta Metálica (2019).

Rachel está a punto de cumplir 15 años, se siente sola e impopular en su nueva escuela. El regalo de cumpleaños que pide es Ashley Too, la nueva muñeca de la cantante pop de moda. Su hermana Jack sospecha de inmediato del vínculo con tal obsequio. En ausencia de amistades de su edad y, dada la relación distante que cotidianamente tiene esta joven con su familia, Ashley Too se convierte en algo así como la robot amiga, interlocutora en asuntos que van desde cómo maquillarse hasta practicar su número de baile para la presentación escolar.

Por su parte, otra jovencita se siente atrapada en su rol como artista adolescente de la música pop. Se trata de Ashley O, quien empieza a componer canciones “extrañas” que no encajan en el producto musical *soft* y rosa que adoran sus fans. Su tía Catherine, quien la ha criado desde niña y funge como su manager, empieza a preocuparse, pues la joven tampoco está tomando sus medicamentos antidepresivos y no avanza con nuevas canciones para el siguiente lanzamiento.

El argumento llega a su punto crucial cuando la ambiciosa manager induce un coma a la cantante y, aprovechando la tecnología que permite reproducir

pensamiento (el mismo modo de inteligencia artificial que tiene la muñeca Ashley Too), logra extraer del cerebro de la joven durmiente, literalmente, nuevas composiciones musicales para el próximo álbum y reproducirlas técnicamente con su voz. Pero el azar y la intervención de Rachel y su hermana sobre el software de la muñeca consiguen enlazar el pensamiento de la joven cantante con su robot doméstico. Así, las dos fans se enteran de la situación y logran rescatar a su cantante; llegan al escenario justo cuando la tía-manager está presentando el “nuevo” producto: una Ashley holográfica que mantendrá viva, actual y en permanente gira a esta ídolo de las juventudes. En los cortes finales vemos a una Ashley “rockera” que interpreta canciones estridentes junto a la guitarrista hermana, mientras Rachel y la muñeca cuasi réplica comparten animadamente. Las fans más adolescentes salen despavoridas del local, pues el nuevo estilo musical resulta muy oscuro respecto de las optimistas y melosas melodías que hicieron tan popular a la cantante.

La escena del lanzamiento de la cantante holográfica resulta a mi juicio muy significativa respecto de la distopía que presenta. El asunto no es que “el show deba continuar” pese a que la joven no tenga la vitalidad para asumirlo, sino de proponer una corporalidad enteramente diseñada para el consumo del entretenimiento, conveniente para la comercialización de las representaciones. La cantante se llamará ahora *Ashley eternal* y tendrá capacidades no observadas en su versión original humana. Puede aumentar de tamaño de modo que hasta la fan más distante logrará verla durante las presentaciones. Su imagen es instantáneamente modificable, pues vestuario, maquillaje y corte de pelo pueden variar con tan sólo un clic. En tanto se trata de una proyección audiovisual —un cuerpo virtual—, se nos anuncia la posibilidad de que la cantante haga su show al mismo tiempo en distintos lugares ¿Una gira mundial en simultánea? Pero además, esta imagen digital no necesita descanso, pues no se agota ni física ni emocionalmente, y sobre todo, no tiene la posibilidad de problematizar la apuesta estética de la que hace parte, con lo que las crisis creativas ahora se obvian. Estamos ante una versión del cuerpo dócil, sólo que en modalidad virtual y ya no sometido al poder de las instituciones —como tanto nos lo advirtió Foucault (2008)—; es una corporalidad para el sujeto de la modernidad ahora signada por el espectáculo.

Al igual que en el relato de Zima Blue, el cuerpo se presenta como el centro de una intervención tecnológica orientada a ampliar las capacidades humanas, a trascender supuestas limitaciones. La condición digital libera a Ashley O de las restricciones de la carnalidad, algo que ya había intentado con la creación de una muñeca que, más que réplica de sí misma, usa aspectos de su propia inteligencia para hacerse presente de manera directa en la intimidad de cada una de sus fans. Ashley eternal va más allá, trastoca los diques de tiempo y espacio, y deviene en una humanidad no sólo inmortal, sino además omnipresente. Su juventud eterna

promete estar en todos los rincones del planeta, algo que se supone satisface la sed incesante de espectáculo de sus seguidoras.

Esta búsqueda de un cuerpo sin las limitaciones de su propia materialidad implica un ejercicio de la voluntad del sujeto. Zima Blue amplía las capacidades de su corporalidad al tiempo que se construye a sí mismo. Se trata del forjamiento de la subjetividad en busca de una verdad: ¿cuál es el sentido de la existencia? Por su parte, Ashley O tiene una pregunta parecida en torno a la autenticidad de su creación: ¿cómo puedo expresar mis instintos para desplegar la autonomía del sí? Lo vemos en las letras dark de sus composiciones emergentes, en las que el sinsabor de la vida, la tristeza y el hartazgo intentan rebelarse contra el hábito comercializable, contra la fórmula prescrita para una creación consumible. Lo vemos también en la muñeca-robot que, tras el daño de su programación, evidencia la mentalidad de la Ashley “real”, quien se expresa desde el enojo: deja de hablar como una amiga amable e incondicional de logaritmos previstos para ahora improvisar diálogos, maldecir, escupir groserías y urdir un plan. En su caso, la voluntad del pensamiento y la fuerza de una idea de mismidad la harán usar las imitaciones tecnológicas de sí misma para su propia liberación.

En ambos casos, la búsqueda nietzscheana de autenticidad, el forjamiento de las capacidades del cuerpo que a primera vista pareciera al servicio de la potencia de un sujeto guiado por una fuerza activa, se inscribe en las lógicas de una sociedad totalmente estructurada por el espectáculo. Y así la distopía se presenta en el relato como una lucha quizás un poco fatua, como insurrección individual que hace parte de la farándula consumible. Tanto la liberación de Zima Blue como la de Ashley O conducen a un final que de todos modos los inscribe en el espectáculo. Ambos estarán hasta el último momento con los reflectores encima, viviendo el desenlace de sus vidas justo en medio del escenario y frente a la mirada asombrada de su público. Él hace de su propia deconstrucción su obra final, su último *performance*. Ella vence a su tía en medio de un evento y logra su autonomía creativa para seguir su carrera en los circuitos *underground* de la escena musical, pero siempre dentro del espectáculo.

El espectáculo como horizonte de sentido

La modernidad “tardía” que presentan estas narrativas de Netflix se caracteriza por el énfasis de la imagen en la modulación de la sociedad. Implica una obsesión por la imagen como representación de lo experimentado directamente. Más allá de la intervención del cuerpo para un espectáculo puntual, la construcción de la corporalidad concita un trabajo permanente sobre la imagen del sí mismo que se expone a los otros en todos los escenarios sociales. Pero, lejos de dudar de esa representación, la imagen construida se considera como realidad misma, con lo que

la apariencia es la coordinada privilegiada de la relación social a la vez que foco de una circulación incesante de mercancías en un capitalismo avanzado: “La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción moderna se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación” (Debord, 2000: 37).

Por tanto, el hecho de “aparecer como” funge como guía de la subjetividad del individuo, que hace de sí mismo una exhibición constante, cuerpo-mercancía infatigablemente expuesto en el *marketing* de la vida, y que además, de manera permanente “debe escoger en el interminable y denso mercado del consumismo” (Pedraza, 2007: 34) para satisfacer la búsqueda existencial que se articula con el deseo: somos lo que parecemos y los modos de nuestra apariencia son eje de la disputa diaria. La dinámica del poder instauro así un régimen estético-político en que el cuerpo se constituye siempre y activamente de manera especular. Por eso el cuerpo se anuncia presto a la exhibición tanto como a las prescripciones de forma: ser delgados, musculosos, lozanos, vitales, juveniles, blanqueados son adjetivos reiterados en el orden somático vigente (Escobar, 2016 y 2017).

Imagen y deseo son entonces los pilares de la configuración de la subjetividad en una lógica que torna la socialidad en un show de cuerpos consumibles. Así, en palabras de Guy Debord, el espectáculo no sólo es un mero “conjunto de imágenes, sino una relación social entre las personas mediatizada por imágenes” (2000: 38), que se instala en la cotidianidad para presentar algo del mundo haciéndolo aparecer como superior, deseable, incluso sin condiciones de organización social que hagan posible, para muchas personas, la materialización de tanta imagen deseable. Es algo así como la abundancia de la desposesión.

Así, el cuerpo discreto y cerrado de la modernidad disciplinante da paso a otro inacabado, modificable, siempre abierto a la transformación de su apariencia. Es el proyecto central del individuo desprovisto de grandes metarrelatos sociales pero que no renuncia a la realización de su singularidad, y que busca en la corporalidad desacralizada la posibilidad de trascendencia, e incluso de inmortalidad (Lucerga, 2004). Por tanto, es un proyecto siempre abierto, susceptible de mejorar y expuesto a la exhibición para los otros. Justo este modelo de sociedad se exagera en los relatos de Netflix que he propuesto:

En la sociedad del espectáculo los cuerpos toman valores de cambio estrechamente vinculados al preeminente carácter mediático de ésta. La extensión de los medios masivos de comunicación, y su virtualización, no es sólo global sino que fluye por casi la totalidad de las actividades de la contemporaneidad occidental. Y en ese inmenso flujo de información la imagen ha tomado una enorme

centralidad. Nuestros cuerpos son tanto imágenes presentes en el ciberespacio como producciones para la “escena” social cotidiana (Escobar, 2017: 115).

Tanto Zima Blue como Ashley O brindan el reflejo exacerbado de lo que puede ser una sociedad del espectáculo en que la tecnología in-corporada está al servicio de la construcción imperante de la imagen del sí mismo. Cual “máquinas deseantes” (Deleuze y Guattari, 1972), devenimos en producción consumible por un otro espectador que a la vez somos nosotros mismos. Las búsquedas de estos personajes interrumpen el flujo normal de la vida espectacularizada, con lo que ponen en sospecha ese estado de la humanidad. Alientan el ejercicio de una fuerza autónoma que parte de la crítica a la propia identidad y a los lugares que desde allí agenciamos. Pero sus luchas siembran al mismo tiempo la inquietud de qué tanto dichas irrupciones devienen en resistencias que modifican el orden social, porque muy frecuentemente la rebelión es también un guion para el espectáculo.

Referencias

- Aschner, Camila (2017). “Utopías: navegando entre lo posible y lo probable. Mapa tema monográfico”. *NÓMADAS*, 47, Iesco, Universidad Central. Documento de trabajo sin publicar.
- Braidotti, Rosi (2005). *Metamorfosis. Hacia una teoría materialista del devenir*. Madrid: Akal.
- Contreras, Moisés (21 de abril del 2019). “Zima Blue, Love, Death & Robots: ¿Por qué este corto animado de Netflix es tan bueno?”, Blog, ciencia ficción, corto animado, *The Comic Way*, <https://www.thecomicyway.com/zima-blue-love-death-robots-porque-este-corto-animado-de-netflix-es-tan-bueno/>.
- Debord, Guy (2000). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Felix (1972/2019). *El antedipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Buenos Aires: Paidós.
- Escobar C., Manuel Roberto (2016). *Cuerpos en resistencia: experiencias trans en Ciudad de México y Bogotá*. Bogotá: Iesco, Universidad Central.
- Escobar C., Manuel Roberto. (2017). “Los cuerpos del capitalismo: de la docilidad al espectáculo”. En Aschner Restrepo, Camila y Cabra Ayala, Nina Alejandra (coomps.). *Saberes nómadas. Derivas del pensamiento propio* (pp. 113-125). Bogotá: Iesco, Universidad Central.
- Foucault, Michel (2008). *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI Editores.
- Haraway, Donna (2019). *Las promesas de los monstruos. Ensayos sobre ciencia, naturaleza y otros inadaptables*. Barcelona: Holobionte Ediciones.
- Haraway, Donna (1991). “A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century”. En *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature* (pp.149-181). Nueva York: Routledge.
- La Claqueta Metálica (7 de junio del 2019). “Análisis Black Mirror 5×03, ‘Rachel, Jack and Ashley Too’: explicación del final con spoilers”, <http://laclaquetametálica.com/analisis-black-mirror-5x03-rachel-jack-and-ashley-too-explicacion-del-final-con-spoilers/>.

- Lucerga, María José (2004). "Ciborgs, forenses y la axila de sanex. El cuerpo en la sociedad mediática". *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*, núm. 7, pp. 4-24. <http://www.um.es/tonosdigital/znum7/estudios/icuerpodef.htm>.
- Moro, Tomás (1516). *Utopía*, Biblioteca Virtual Universal, <https://www.biblioteca.org.ar/libros/300883.pdf>.
- Nietzsche, Friedrich (1873). *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral, La caverna de Platón. Espacio de Filosofía*, <https://www.lacavernadeplaton.com/articulosbis/verdadymentira.pdf>.
- Pedraza, Zandra (comp.) (2007). *Políticas y estéticas del cuerpo en América Latina*. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Antropología, CESO, Ediciones Uniandes.
- Spinoza, Baruch (1677/2005). *Ética demostrada según el orden geométrico*. Trad. de Manuel Machado. Buenos Aires: Quadrata.

ESPEJO NEGRO: SOBRE TINDER, EL AMOR Y OTRAS PERVERSIONES

Elizabeth Aracely Pérez Bezares

En persona no pareces. En persona no te ves de 449 reacciones: siete me asombra, 188 me encanta y 254 me gusta. Ni siquiera te ves de 205: dos me asombra, 85 me encanta y 118 me gusta. Tampoco me veo de 64: un me asombra, 21 me encanta, 42 me gusta. Primera foto: frase de Kavafis; segunda: frase de una canción mexicana de hace 20 años; tercera: *Artic Monkeys*. Primera foto: piel; segunda: primer plano; tercera: ninguna de las anteriores. Primera: cuerpo; segunda: tatuajes; tercera: ninguna de las anteriores. Pero, ¿y todo eso a quién le importa?

No parece algo que le preocuparía a una persona emocionalmente estable, ni a una estudiante comprometida de maestría, ni a alguien responsable que busque darle algo de seriedad a su vida, o a su incipiente carrera académica. Mucho menos a una investigadora, que por supuesto no elegiría escribir sobre Tinder ni Facebook, y seguro que hablaría de Netflix desde otro ángulo, más formal, menos subjetivo, desde un lugar menos “expuesto” y, sobre todo, no mezclaría las cosas, porque a fin de cuentas lo personal no debería ser político, y así.

Pero... parece que en realidad sí importa, es más, parece que le importa a todo el mundo, porque hoy la vida misma y ese ente amorfo de 1,000 cabezas distintas llamado capitalismo, a veces también llamado amor, se construye con base en algoritmos. Si le importa al sistema me importa a mí. Tejo mis propios algoritmos y mis propias curvas de popularidad. En general, los poemas no suman, restan, si son feministas todavía peor. Los memes de gatos suman, la comida sana y las ensaladas también restan, las notas sobre género más aún.

Luego de leer un artículo en el que Judith Duportail (2017) relata que solicitó a Tinder su información, me di cuenta de lo mucho que me sentía identificada con la periodista. Tinder envió su información a más de 800 páginas, la cual incluía aspectos como el número de veces que se conectó a la app, la hora, si hubo conversaciones después de hacer un “match”, el tipo de hombres (rango de edad, perfil racial, rasgos, etcétera) en los que se interesaba, y hasta los “me gusta”

de Facebook y de fotografías de Instagram. Dicha información siguió siendo compartida incluso después de que la autora declarara que la cuenta asociada ya había sido eliminada. Aplicaciones como Tinder o Badoo, por ejemplo, poseen el mismo tipo de información, ubicaciones, gustos, fotos, preferencias, trayectos de vida, recorridos... las políticas de privacidad indican claramente que los datos pueden ser utilizados para hacer la publicidad más dirigida, según la nota:

Lo que estás describiendo se llama información secundaria implícitamente revelada, apunta Alessandro Acquisti, profesor de tecnología de la información en la Universidad Carnegie Mellon. Tinder sabe mucho más de ti cuando estudia tu comportamiento en la app. Sabe cuántas veces te conectas y a qué horas; el porcentaje de hombres blancos, negros y asiáticos a los que le das “match”; qué tipo de gente se interesa por ti; qué palabras utilizas más; cuánto tiempo invierte la gente en tu fotografía antes de pasar a la siguiente, y así sucesivamente. Los datos personales son el combustible de la economía. Los datos de los consumidores están siendo procesados y comercializados con fines publicitarios (Duportail, 2017).¹

Puede que existan personas a las que esto todavía les parezca sorprendente, yo crecí así. Mi privacidad empezó a ser inexistente desde que era apenas una adolescente: *Myspace*, *Hi5*, *Metroblog* y alguna otra plataforma que seguramente he olvidado. No hay diferencia entre la yo virtual, la yo real y la yo *cyborg*. Como Duportail, también paso un montón de tiempo pegada al teléfono, porque es ahí donde “se encuentran” personas, porque hoy Facebook o Tinder son “la manera” de conocer gente e interactuar con ella.

Trazo canales, puentes, mecanismos de huida y me pregunto hasta qué punto yo también me he convertido en “la cerdita que mueve la cola”, como menciona Duportail cuando llora después de que ha estado yendo al gimnasio y por fin entra en esa talla de pantalón: “Lloro de alegría cuando comprendo tiempo después que jamás me he faltado tanto el respeto. Soy la pelele del patriarcado, ansiosa por mostrar mi conformismo meneando la colita, la buena alumna del capitalismo sexual, pero no me planteo ninguna de estas cuestiones porque, a fuerza de chapotear en mi subidón de ego como una cerdita en el barro, me he anestesiado el cerebro. Pronto llegará el bajón” (2009: 17).

¹ En Judith Duportail, “Le pedí a Tinder los datos que guarda de mí y me mandó 800 páginas de oscuros secretos”, elDiario.es, https://www.eldiario.es/theGuardian/Tinder-mandase-paginas-oscuros-secretos_0_691531162.html.

A propósito, Jhon Berger, en su libro *Modos de ver* (2005), menciona que desde un punto de vista tradicional, la “promesa de poder” caracteriza la presencia de un hombre, la cual encarna a nivel físico, sexual, moral, o económico; y que “el ser para sí misma” caracteriza la presencia femenina. Ella está hecha para ser mirada; él para examinarla y juzgar a través de esa apariencia, ya no su “promesa de poder”, sino el hecho mismo de si merece ser vista. El hombre actúa y la mujer es mirada; aprende a contemplarse a sí misma, se supervisa. De esta forma: “se convierte a sí misma en un objeto, y particularmente en un objeto visual, en una visión (...). Una mujer debe contemplarse continuamente. Ha de ir acompañada continuamente por la imagen que tiene de sí misma” (Berger, 2005: 26).

En los museos es posible constatar esa relación entre observador y observada. En el 2005, el grupo de intervención feminista *Guerrilla Girls* señaló que la presencia de las mujeres artistas en el Museo Metropolitano había descendido al 3% (en comparación con la cifra de 1989, cuando era del 5%). También observó que el 85% de los desnudos del museo eran femeninos (Trasforini, 2007: 16), y se preguntaba si acaso ¿las mujeres debemos desnudarnos para entrar a los museos y a las galerías de arte? Desnudas podemos entrar a la “cultura” por la puerta grande. ¡Abstenerse cuerpos fuera de la norma! Léase sólo senos grandes y turgentes, caderas anchas, cintura estrecha, nalgas firmes, piel sin arrugas y de textura porcelanizada; léase piel blanca, vulva apretada y con olor a *strawberry fields*. Léase pasividad. Pornografía y museos es la potente metáfora del patriarcado. Cuerpos femeninos para ser mirados. Cuerpos, sólo cuerpos. Véase: “Graba a su hija follando”, “Jovencito viola a su amiga borracha”, “En Asia de turismo sexual”, consúltese: “Profesor se folla a jovencita universitaria”, “Hermano termina follando a su hermana”, abuelo, primo, tío...

*Tal vez por eso Tinder*² es sólo otra expresión del capitalismo en la que no importa el sabor, ni el contenido calórico, ni los ingredientes, ni la procedencia de la chocolatina; lo único que realmente importa es la etiqueta. Las palabras de Berger (2005) sobre esta cultura de la imagen caben aquí a la perfección. Y precisamente en este mundo distópico, de imágenes “endulcoloradas”, también tiene cabida perfectamente la “caída en picada” que vive la protagonista de “Nosedive”, que es el primer capítulo de la tercera temporada de *Black Mirror*.

² Tinder es una aplicación de citas lanzada el 2012 que goza de una amplia popularidad, y ya en el 2014 contaba con más de 50 millones de usuarios. La App pide llenar la ficha del perfil de usuario, y permite calificar si una persona resulta o no atractiva al deslizar la pantalla hacia la izquierda o a la derecha; así mismo permite controlar el radio de alcance de las fichas o los perfiles que aparecen, información de “Tinder”, Wikipedia, <https://es.wikipedia.org/wiki/Tinder>.

Espejo negro

Black Mirror, de producción británica y estadounidense, ideada por Charlie Brooker, lanzó su primer episodio el 4 de diciembre del 2011. Consta de cinco temporadas y 22 episodios en total, los cuales, de manera general, giran alrededor de las tecnologías y de cómo impactan nuestras vidas. La serie fue producida por Zeppotron para el consorcio holandés Endemol, y posteriormente se incorporó a Netflix, a partir de lo cual gozó de una amplia recepción internacional. En el año 2017 el cuarto episodio de la primera temporada, “San Junipero”, ganó sus primeros premios en el Primetime Emmy.

Yo me enganché desde el principio porque la serie ofrece una visión pesimista de la condición humana en escenarios no muy lejanos de la realidad. También porque los capítulos son relativamente cortos, de entre 40 a 60 minutos, y además conclusivos, por lo que no es necesario verlos de manera secuenciada. Cada escenario es distinto, sin embargo, todos los capítulos comparten el hecho de tener como foco central el uso de alguna tecnología y la mordaz crítica a los resultados. Presentan un mundo despiadado en el que reina la irracionalidad humana, la tortura, la capacidad de destruirnos por completo. La visión panóptica expandida por la tecnoparanoia nos sumerge en historias repletas de ansiedad, angustia, miedos y tensiones.

Al respecto del mismo título, *Brooker* (Planas, 2014) menciona que si bien la tecnología funciona y se siente como una droga, *Black Mirror* sería entonces literalmente el espejo negro que se encuentra en cada persona, por todas partes: la pantalla plana del iPhone, del monitor, del teléfono o de la tableta; esa pantalla negra y fría que absorbe nuestro interés y tiempo. “Caída en picada”, como se tradujo “Nosedive”, narra la historia de Lacie, protagonizada por Bryce Dallas Howard, una joven desesperada por rentar la casa de sus sueños, para lo que debe elevar su curva de popularidad en una red social y obtener “votos de gente de calidad”. Necesita un puntaje mínimo de 4.5, que no es tan difícil de alcanzar, pues ya es bastante popular con un 4.2. Pero debe darse prisa si quiere arrendar ese departamento, y piensa que la forma más adecuada y la más rápida para obtener votos “influyentes” es viajar a la boda de su antigua “amiga” Naomi. Pero en el viaje las cosas no salen como esperaba. A pesar de que Lacie sonríe y se contiene, a pesar de sus colores pastel, de la impecable blancura de sus dientes y de sus hermosos ojos azules, las cosas se salen de control.

“On the road” se encuentra a Susan, personaje lumpen que le habla de la injusticia y le cuenta cómo pasó de un puntaje de 4.6 a 1.4. La protagonista se sorprende al ver que no se trata de una maniaca antisocial, pero aun las separa un abismo de diferencia. Lacie destella, brilla y continúa luchando, porque ella también es una

buena cerdita del patriarcado que continuará moviendo la colita hasta el final. Pese a todo su esfuerzo, termina embarrada, literalmente, de lodo, con costras de rímel y maquillaje seco esparcido por su rostro; el cabello enmarañado y sucio; la ropa rasgada, sólo conserva la falda, y el brasier deja ver unos senos abundantes desparramados. En la celda donde ha terminado su viaje ve a un hombre afro en la celda vecina. Se gritan; ella le dice que no le gusta su cara. Los pulmones de Lacie se hinchan cuando le dice ¡vete al carajo! Ahora ya no queda nada de la Lacie que hacía *tepenade*. La cárcel se ve como la libertad porque el verdadero encierro eran las sonrisas falsas. ¡Qué placer gritar, qué placer embarrarla y embarrarse, mancharse de pies y manos! ¡Cómo se siente? ¡Cómo luce una Lacie que podría simbolizar una historia de liberación femenina? Una que suda, grita, se despeina y ya no está hecha para mirarse. Cuánto placer cabe en ese *ifuck you!* de la escena final.

No soy Coatlícue, pero también me reflejo en un espejo negro que es igual de místico aunque no se trata del espejo de obsidiana de los mexicas. Mi espejo negro me acompaña, e inevitablemente pienso en algoritmos, trazo curvas de popularidad: Kavafis, memes de gatos, feminismo. Ésta soy yo, ésta no soy yo. Mucho más, mucho más que la etiqueta color rosa, color dorada, la negra, más que las letras grises. Más que 449 reacciones, o 64, o 205. Yo duermo cobijada por la pirita, la guardo debajo la almohada y cargo amatista entre los dedos.

Ésta soy yo, ésta no soy yo. ¿Ese mundo distópico de la accidentada caída de Lacie se encuentra de verdad lejos? ¿En qué medida clasificamos a las personas por su popularidad en las redes sociales? Dime cómo te representas y te diré hasta dónde puedes llegar; dime si sirenita negra; dime si tus dientes blancos; dime si memes de asteroide; dime el tono de tu piel y lo que determina. “Nosedive” es sólo un sueño o también realidad? ¿Sólo “las Lacies” en su versión rosa pastel y que hacen *tepenade* son material rentable para Tinder, para los cientos de *matches*, para los cientos de reacciones?

Recientemente leí una nota en Facebook de una chica que pagó un vuelo a Ámsterdam en busca de un chico que conoció en unas vacaciones en Barcelona. Sin embargo, él nunca tuvo intenciones reales de reencontrarse con ella, porque la había “cerdeado”. Según la nota, se trata de una nueva modalidad de “broma” en la que eliges a una persona que no sea físicamente de tu agrado e intentas conquistarla; cuando lo consigues, simplemente le aclaras que no iba en serio: “You were pigged”. Este “juego sexual”, recientemente popularizado en Europa, tiene como objetivo acostarse con la chica más “gordita y fea” para poder aplicarle la broma. También leí una nota acerca de Gillian Brockell, editora de video en el *Washington Post*, que escribió una carta abierta a Twitter, Instragram, Facebook y Experian tras haber perdido a su hijo: “Por favor, empresas de tecnología, os lo imploro, si sois lo suficientemente inteligentes como para daros cuenta de que estoy embarazada o

de que he dado a luz, entonces seguramente sois también lo bastante inteligentes como para daros cuenta de que mi bebé murió y mostrarme así publicidad en consecuencia, o tal vez, sólo tal vez, no mostrarme ninguna” (2018).³

Esto me recordó un caso similar que se suscitó cuando los padres de una menor de edad que recibía publicidad de artículos para bebés pusieron una demanda en contra de Amazon con el argumento de que no era algo “adecuado” para su hija; sin embargo, resultó que la chica sí estaba embarazada; la empresa publicitaria, a través de la “tecnología inteligente” basada en algoritmos, lo había determinado antes que ella misma y que sus padres.

Hace un par de días leí una nota acerca de que en el buscador de Google los hombres buscan más temas de disfunción sexual que pornografía. Éste es mi mundo, uno hipersexualizado, brillante, donde lo que único que importa es la imagen. “I saw you on Tinder”, según las circunstancias, puede ser una estupenda frase de coqueteo o el inicio de un plan de terrorismo sexual, o bien podría ser esa frase que nos lanza el ojo del “gran hermano” en aquella ya lejana aventura: *1984*, de George Orwell. “I saw you”. Las cifras no son tan espeluznantes como la experiencia. A mí también me ha ocurrido estar con parejas sexuales que difícilmente pueden tener una erección o intimidad sexual sin ver pornografía, o a quienes les resulta mucho más estimulante y fácil practicar el cibersexo que vivir una dosis de realidad no virtual, o adictos a los videojuegos, o fanáticos del hentai. Yo también tuve que descubrir lo que era el “ghosting”.

Vuelvo a Tinder. La etiqueta no es explícita; no dice consumo de cuerpos, ni cultura del desecho, ni mercado de carne. Pero el mercado de carne en una ciudad pequeña es limitado. Y no, no estoy satanizando el uso de estas aplicaciones, precisamente porque las he usado, porque he visto cómo funcionan y porque en varios puntos coincido con *Duportail* (2019). En *El algoritmo del amor* (2019), la autora menciona que considera que los hombres utilizan Tinder fundamentalmente para conocer personas y tener sexo, mientras que las mujeres lo usan para mejorar su autoestima. Para ella ninguno de los dos gana, parece que el juego está hecho para perder pero de manera distinta. En una entrevista se le pregunta por qué es tan difícil ligar en la era del Tinder; *Duportail* (2019) comenta que, igual que muchas, ella se volvió adicta al subidón de ego que la app le ofrecía y, a su vez, se sintió utilizada para la autogratificación de otras personas.

El resultado genera resentimiento en ambos géneros. Según la autora, los hombres siguen siendo los que inician la conversación y a cambio reciben

³ Gillian Brockell, “Queridas tecnologías, no quiero ver anuncios de embarazo tras perder a mi bebé”, *El País*, 13 de diciembre del 2018, https://elpais.com/elpais/2018/12/13/mamas_papas/1544689124_845411.html.

innumerables silencios. Nosotras recibimos un montón de mensajes explícitos que la mayoría de las veces resultan ofensas que no vienen a cuento y no tienen ni ton ni son. Cuenta que hay conversaciones que pueden parecerse mucho a ésta:

Chico: Hola, ¿cómo estás?

Chica: Hola, bien ¿y tú?

Chico: Con ganas de coger ¿quieres coger?

Chica: ¿Te quieres ir a la mierda?

Cancelar *match*. Denunciar comentarios inapropiados. Y aquí otra vez aparece Lacie gritando, embarrada de lodo, mirando al tipo de la celda y gritándole fuerte *ifuck you!* ¿Cómo se siente? Para Duportail (2019), cuando ambos comienzan una conversación en realidad ya se encuentran hartos, o por lo menos, a la defensiva. Sin embargo, en lo que a mí respecta, normalmente me encuentro más a la defensiva y reacciono de manera mucho más brusca si un extraño me aborda en cualquier lado, un bar, un autobús, la calle... En ese sentido, creo que el problema de la vida “afuera”, del acoso, de la vulnerabilidad y de la violencia es más profundo, y tiene raíces en otros lados. Yo por lo menos ahí frente al “espejo negro” me siento un poquito menos insegura, y tal vez también menos expuesta al riesgo.

En mi experiencia, las app son puertas, y el problema nunca serán las puertas, sino el tipo de persona que eres al entrar y el tipo de persona a la que le permites cruzar. Creer que puedes sentarte a esperar a que llegue la persona ideal, o que a la puerta de tu iPhone llegará “el amor de tu vida” y todo será tan fácil como ordenar sushi, es tan patético como creer que puedes pedir por Tinder, hasta la puerta de tu casa, a una mujer caliente como si fuera pizza. Y sí... a mí también me gusta el sushi. A mí también me encanta comer pizza, y tal vez me ha tocado representar ambas cosas en momentos distintos, y seguramente he proyectado lo mismo en otras personas a pesar de no querer hacerlo y/o de ser consciente de la situación.

De Duportail (2019) difiero acerca de que la mayoría de las citas resultan aburridas; en mi caso, esas “puertas” han significado aprendizaje, crecimiento, diversión y también romper el miedo. Encontrarme en escenarios totalmente extraños con personas de cualquier lugar del mundo, hablando de situaciones y representaciones totalmente distintas a las mías, fuera de mi zona de confort, no deja de tener algo de magia. Para la autora, igual que para Roland Barthes (1982), el nuevo tabú ya no es la sexualidad, sino las emociones. Pero ¿el sentimentalismo realmente resulta obsceno? En parte sí, pero según este mismo estudio todavía consiste en una cuestión de género: es políticamente correcto que los hombres acepten que alguien les gusta sólo para tener sexo, aunque difícilmente podrán reconocer, por ejemplo, que extrañan a esa persona. Desde mi perspectiva, la balanza se inclina hacia este aspecto cada vez más por ambas partes.

Duportail (2019) aporta datos acerca de la patente de Tinder, la cual se basa en un sistema que califica a los usuarios según su aspecto físico, el nivel de estudios, la posición socioeconómica, etcétera. Lo interesante es que, según la autora, los hombres con alto nivel de estudios y salarial obtienen puntos extra, mientras que las mujeres con estas características obtienen puntos negativos. Para Duportail esto es significativo, ya que a pesar de que se trata de una aplicación con un aparente concepto del amor moderno y progresista, en realidad se basa en un antiguo sistema de valores. El capitalismo representa ese amor estilo Disney del cuento del príncipe que rescata a la princesa de su castillo del tedio y la soledad. La princesita se verá “obligada” a ser rescatada de la inexistente torre.

Aquí aparece de nuevo el “espejo negro”. “Hang de DJ” es el cuarto episodio de la cuarta temporada de *Black Mirror*, dirigido por Tim Van Pattern y escrito por el creador de la serie, Charlie Brooker. La historia recuerda mucho a Tinder. Los personajes principales, Frank y Amy (Georgina Campbell y Joe Cole), se conocen gracias a un programa de citas, pero lo suyo no dura. El sistema, por medio de una “tutora” e inteligencia artificial, logra encontrar no sólo a otros compatibles, como en el caso de Tinder, sino que es capaz de predecir la fecha de caducidad de las relaciones para que las rupturas resulten menos dolorosas, así cuando toca el momento cada uno simplemente se va a lo suyo. Tras haberse encontrado, Amy y Frank empiezan a cuestionarse acerca de la lógica de la predicción de caducidad del sistema. Luego de una brevísima relación, y de que a Amy le asignen una serie de relaciones cortas e insignificantes, finalmente pueden volver a encontrarse. Descubren que están enamorados y que la única forma de escapar y rebelarse del sistema será escalando el muro que los aprisiona. Las referencias a la épica obra *The Wall* (1979) de Pink Floyd para mí son explícitas. La negrura lo envuelve todo, la realidad se pixela y, finalmente, descubren que en realidad se trataba de un simulador. El sistema anuncia que de un total de 1,000 simulaciones, en 998 casos hubo rebeliones.

En el mundo “real” se encuentran, han sobrevivido a los algoritmos y ahora poseen un 99.8% de certeza. Al fondo suena The Smiths. Amy se acerca sonriendo. ¿Final feliz? Puede ser, pero para mí presenta una visión aún más fatalista. Si el sistema está hecho para ser hackeado, ¿cuál es la verdadera forma de salir? Y otra vez hay una referencia a Pink Floyd: *But is only fantasy / the wall was too high / as you can see / no matter how tried / he could not break free / and the worms ate into his brain.*⁴ La serie usa

⁴ “Pero sólo era fantasía / el muro era muy alto / como ves / no importa qué tanto lo intentó / no pudo ser libre / y los gusanos comieron su cerebro”, fragmento de la canción “Hey you”, del disco *The Wall* (1979) de la banda británica Pink Floyd.

mucha música, y puede que mi lectura y mis referencias no sean tan descabelladas. De hecho, el título del capítulo es una frase de la canción “Panic” de los Smiths, con la que también finaliza. Además, Brooke menciona que cuando pensó el episodio en realidad no tenía como referencia Tinder, sino Spotify, como si en el soundtrack de nuestras vidas supiéramos cuál es la siguiente canción y cuánto durará.

Si se rebelan significa que están destinados. Si no se rebelan el sistema ha cumplido su propósito: no deben estar juntos y su realidad en el simulador termina. Todo se resuelve porque el sistema siempre funciona: “algún día lo encontrarás”. La paradoja es la extraña sensación de “elegir” cada vez que deslizas el dedo hacia la izquierda o hacia la derecha. *Swipe*: ¿hasta dónde realmente elijo? *Dislike*: ¿hasta dónde la entropía? *Like*: sujeto sujetado. *Superlike*.

El último punto me lleva al inicio: “si le importa al sistema me importa a mí”. En esa realidad no tan lejana todo estaba planeado, incluso la desconexión y las relaciones cortas. No se basaba en un orden aleatorio, pero quizá sí en el cansancio, en un punto en el que, aunque no se rebelaran, estarían tan desgastados que se conformarían para el resto de sus vidas. Me pregunto si escalar es la mejor forma de salir del sistema.

Conocimiento es poder

Coincido con la metáfora que usa Duportail (2019) para describir cuánta información privada proveemos a las redes, tanta que ni somos conscientes. La autora dice que los pulpos se ponen amarillos cuando sienten miedo porque expresan sus emociones cambiando de color. Pero los pulpos no son capaces de ver los colores. Tinder, a fin de cuentas, es un negocio lucrativo, la idea del amor sigue vendiendo, y mucho. Como en “Hang the DJ”, se acepta que el amor llegará a la puerta, o al “espejo negro”, y se manifestará con un filtro de algoritmos que garantiza un 99.8% de certeza; llegará, sin duda. Aunque antes haya que probar algunas cuantas veces o sufrir algunas pequeñas caídas (“nosedives”) que hagan regresar una y otra vez a la app.

Según datos de la red, Tinder sigue siendo la aplicación más lucrativa de Apple Store. Duportail (2019) señala que está disponible en 24 idiomas y se usa en más de 190 países, que se producen 2,000 millones de *matches* cada día y se acuerdan más de un millón de citas por semana, lo que significa que en algunas ciudades se generan 140,000 citas por noche. En el 2014 ya contaba con cerca de 50 millones de usuarios, y en el 2017 lanzó al mercado Tinder Gold y Tinder Plus, que ofrecen ciertas ventajas, como un mayor número de *boost* por día y por mes, más *superlikes* permitidos y un mayor control de la información del perfil.

La supuesta soledad de la princesa en la torre sigue pagando yates en más de un sentido, porque forma parte esencial del modelo de negocio que determina

cómo se tejen los lazos: algoritmos, predicciones, construcción de deseos, rubios o asiáticos, *matches*, conversaciones, datos... Mi realidad no parece estar tan alejada de aquella en la que, como en “Hang the DJ”, la misma app calcula la fecha de caducidad de una relación.

Considero que no tener una etiqueta es imposible, sería como no tener rostro. En este mundo saturado de imágenes yo no podría escapar realmente de ellas y, además, ¿porque querría hacerlo? Por eso, si “le interesa al sistema me interesa a mí”. Casi sin querer creo mis propios algoritmos, trazo mis curvas de popularidad y, a veces, recuerdo a Lacie y grito mucho, y me embarro lo suficiente para no tener que enloquecer, para recordar que en mi mundo cuántico lo importante es cuidar las puertas, cuidar quién entra y cómo, elegir los pensamientos que coloco, los colores y las gamas de azul plumbago que agrego a mis representaciones.

Las reflexiones que me dejan ambos capítulos son muchas y aún podría seguir con una serie de verborrea, pero basta de *hibris*. Sólo me queda decir que quizá la manera de responder es lo único que, hasta cierto punto, depende de nosotros. Las puertas siempre están ahí, como entradas a portales mágicos: Netflix y su vasto universo de galaxias de calidad y de galaxias basura; *Black Mirror* y su pesimista visión de la tecnología, del mundo, su tecnoparanoia, su oscuro reflejo bastante esquizo; Facebook, Tinder... cada uno de nosotros ofrece ante ellos su mejor respuesta de acuerdo a las circunstancias y a las herramientas que haya podido adquirir en la “matrix”.

Es importante tratar de ser críticos, tejer desde la escuela de la sospecha. Para Fernández Gonzalo, “lo zombi” permite entender el entorno mediatizado que nos rodea. Explica que la semiótica del zombi es la del desvío, de la ocultación indiscriminada, de la amenaza de nuestras propias servidumbres hiperconsumistas (2011:13). Por eso el zombi tiene un poder discursivo y deconstructivo, rompe con la idea de lo humano y presenta la descarnada realidad de una “humanidad deshumanizada”, aquella que se sienta a contemplar la miseria ajena mientras engulle palomitas ante la pantalla del televisor.

Para esta sociedad de consumo que se centra de forma tan arraigada en la belleza física, el miedo a la decadencia corporal también se ha vuelto paradigmático, por eso la metáfora del zombi simboliza el miedo a la putrefacción, a la carne carcomida, a la vejez y a la muerte. Lo anterior se suma al temor de perder la noción de sujeto, de individuo, y convertirse en esa masa informe sin recuerdos, sin futuro, sin historia, poseedora tan sólo de un oscuro presente. Fernández (2011) describe cómo la lógica capitalista también es una lógica zombi (además de insostenible, pues la creación de la riqueza como modelo infinito, basado en un recurso finito como en el petróleo, resulta por demás absurda) que se basa en la creación de necesidades y enseña a consumir de manera indiscriminada. Nos volvemos zombis en el ansia

consumista de perseguir con desesperación ese cúmulo interminable de marcas, de productos, de objetos desechables, de objetos de lujo. La carrera en que se ha convertido la vida “moderna” es absurda al estilo de Sísifo.⁵

Ante eso, el problema no son las etiquetas, no importa que sean oscuras o brillantes, mientras las letras sean claras y no ofrezcan datos engañosos, ni información oculta. Las etiquetas pueden ayudarnos. No creo que el problema sea la tecnología, ni la cultura de la imagen, ni las representaciones, sino la manera como decidimos guisarlas sin engullirlas, para digerirlas y saborearlas. Quizá el punto nodal de la discusión se resume en aquella frase de Octavio Paz que, aunque cursi, resuena: “el mundo cambia si dos se miran y se reconocen”; yo creo que sí, que todavía sucede. Si dos seres humanos, sin importar su género, raza, preferencia sexual, idioma, etnia, clase, proveniencia social o condiciones de vida, pueden sentarse, con o sin cita de redes sociales de por medio, y hablar sin olvidar que son únicamente eso, seres humanos, entonces para mí aún hay esperanza.

La revolución sexual ha dejado buenos resultados y unas cuantas lecciones, pero las relaciones mediadas por la tecnología van más allá. La etiqueta y la imagen son maleables, podemos jugar con ellas, ponerles extensiones, colorearlas, incluso una siempre puede “hacerse pasar por la que una no es...”,⁶ pero representan sólo una parte de la historia.

El cuerpo es cuerpo, pero no sólo eso, por eso mi cuerpo le agradece al tuyo habernos encontrado en la multiplicidad. Mi cuerpo mar, mi cuerpo isla, mi cuerpo sangre, herida, escala, fluido, mi cuerpo carne, espíritu, distancia, estatua, erizo; mi cuerpo, territorio mío. Porque cuando digo “cuerpo” me refiero a mi cuerpo físico y al mental, y al emocional, e incluso me refiero al etérico, a mi cuerpo pan, mi cuerpo miga, mi cuerpo molido, espiga, geranio, semilla. Mi cuerpo utópico, distópico, heterópico, disgregado, amorfo, híbrido, este cuerpo mío.

Para Duportail (2019) es un milagro que en medio del capitalismo todavía haya gente enamorándose, porque la cultura de uso y desecho nos enseña a mentir, a engañar, a sacar provecho. Para mí el milagro va más allá del amor, o más bien, de la concepción que la globalización nos ha vendido de lo romántico. Implica romper y construir, tejer y nombrar distinto, ser valientes, compartir y nunca perder el “ojo

⁵ Referencia al ensayo de Albert Camus, “Sísifo”, el cual retoma al personaje de la mitología clásica que, a modo de castigo, cargaba una piedra para subir la montaña, bajarla y volver a subirla eternamente. Camus lo equipara a esa acumulación fuera de toda lógica, a la carrera que hacemos con los carritos de la compra para ascender en la montaña del éxito, aun con la consciencia de no hay final, no hay destino, y es preciso volver a bajar para subir de nuevo, en esa carrera interminable.

⁶ Referencia al título *Hacerse pasar por la que una no es. Modernización, criminalidad y no mujeres en la Bogotá de 1920* (Unicach), de María Teresa Garzón Martínez, publicado en el 2018.

crítico”. En este contexto, la “lectura” de las imágenes supone su decodificación con la conciencia de que no hay nada escrito, y de que eso es hermoso, porque no hay certeza del 99.8% y, como lo dice Stuart Hall (2010), en la vida, en las relaciones o en el trabajo académico, las situaciones siempre se dan así, “sin garantías”.

Referencias

- Bauman, Zygmunt (2008). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. México: Tusquets.
- Bauman, Zygmunt (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Brockell, Gillian (2018). “Queridas tecnologías, no quiero ver anuncios de embarazo tras perder a mi bebé”, *El País*, 13 de diciembre. https://elpais.com/elpais/2018/12/13/mamas_papas/1544689124_845411.html.
- Berger, Jhon (2005). *Modos de ver*. México: Gustavo Gili.
- Duportail, Judith (2019). *El algoritmo del amor: un viaje a las entrañas de Tinder*. Barcelona: Contra.
- Duportail, Judith (2019). “Le pedí a Tinder los datos que guarda de mí y me mandó 800 páginas de oscuros secretos”, *El Diario.es*, https://www.eldiario.es/theguardian/Tinder-mandase-paginas-oscuras-secretos_0_691531162.html.
- “El algoritmo del amor” (2019), Editorial Contra, <http://editorialcontra.com/producto/el-algoritmo-del-amor-un-viaje-a-las-entranas-de-tinder/>.
- Fernández Gonzalo, Jorge (2011). *Filosofía zombi*. Madrid: Anagrama.
- Foucault, Michel (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- Hall, Stuart (2010). “El trabajo de la representación”. En Restrepo, Eduardo, Catherine Walsh y Víctor Vich (eds.), *Singarantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Sucre: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Higonnet, Anne (1993). “Mujeres, imágenes y representaciones”. En Duby, Georges y Michelle Perrot (coord.), *Historia de las mujeres*. México: Editorial Taurus.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). “De las masas a la masa”. En *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (pp. 133-153). Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). “Los procesos: de los nacionalismos a las transnacionales”. En *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (164-198). Barcelona: Gustavo Gili.
- Passerini, Luisa (1993). “Sociedad de consumo y cultura de Masas”. En Duby, Georges y Michelle Perrot (coords.). *Historia de las mujeres*. México: Taurus.
- Planas Bou, Carles (2014). “5 razones para ver Black Mirror”, Serializados, <https://serializados.com/5-razones-para-ver-black-mirror-charlie-brooker-serielizados/>.
- Padalino, Lea (2018). “Nosedive: la deshumanización del futuro”, *La mente es maravillosa*, <https://lamenteesmaravillosa.com/black-mirror-nosedive-la-deshumanizacion-del-futuro/>.
- Serrano, Beatriz (2019). “Por qué ligar es tan extremadamente difícil en la era de Tinder”, *El País*, <https://smoda.elpais.com/feminismo/ligar-dificil-era-tinder/>.
- Tabar, Isaac (2018). “18 de Diciembre”, University Fox, <http://www.universityfox.com/sports/joven-viaja-a-amsterdam-para-ver-a-su-novio-y-fue-victima-de-la-broma-jalar-a-un-cerdo/>.

- Transforini, María Antonieta (2007). *Bajo el signo de las artistas. Mujeres profesiones de arte y modernidad*. Valencia: puv, Universidad de Valencia.
- Williams, Raymond (2000). "Hegemonía". En *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- Wikipedia (2019). "Black Mirror", https://es.wikipedia.org/wiki/Black_Mirror.
- Wikipedia (2019). "Hang. The DJ", https://es.wikipedia.org/wiki/Hang_the_DJ.
- Wikipedia (2019). "Tinder", <https://es.wikipedia.org/wiki/Tinder>.

NARRATIVAS MUTANTES: LAS OTREDADES EN DESAFÍO

Juan Pablo Zebadúa Carbonell
Sergio E. Echeverry Díaz

De la televisión analógica a las plataformas *streaming*

Para aquellos que nacimos, crecimos y socializamos en la época de la televisión analógica no dejan de resultar sorprendentes los cambios que ha suscitado internet en los procesos de transmisión, circulación y consumo de producciones mediáticas. Sin ahondar en el hecho de que esta red global ha fagocitado todas las formas de comunicación creadas por la técnica humana, resulta sorprendente la forma en que ha transmutado el modo en que accedemos a series, telenovelas, películas, programas, *reality shows*, etcétera.

En el periodo transcurrido entre finales de la segunda mitad del siglo XX y lo transitado del siglo XXI, internet modificó de modos inéditos los procesos de producción y consumo de contenidos audiovisuales a nivel global. Hasta entonces ninguna tecnología de la información había permitido a la humanidad resolver con tanta efectividad las limitaciones del espacio y el tiempo. La idea de un mundo conectado de forma ubicua y permanente ha dejado de ser una aspiración para convertirse en algo cotidiano. Así pues, internet reordenó la experiencia y el papel que tenemos como telespectadores.

La emergencia de las plataformas *streaming* representa una inflexión en las prácticas de consumo de bienes audiovisuales. Los distintos canales de difusión han dejado de ser estructuras temporales y se han convertido en archivos guardados en plataformas digitales a las que los usuarios pueden acceder en cualquier momento y lugar a través de un sistema de difusión en continuo. El espectador de hoy tiene la posibilidad de acercarse y elegir lo que quiere ver entre las opciones que las cadenas digitales ponen en circulación; una suerte de televisión a la carta (Villar y Polo, 2010).

Hoy en día existe una gran variedad de plataformas digitales que ofrecen la función de video *streaming*; entre las más comunes se reconocen aquellas que brindan servicio IPTV (o Televisión por Protocolo de Internet) y las de

servicio OTT (Over the Top). Las primeras integran las grandes compañías de telecomunicaciones que han conformado “plataformas de televisión multicanal de abono en red cerrada” (Del Pino y Aguado, 2012), mediante las cuales distribuyen sus señales televisivas haciendo uso de conexiones de banda ancha con direcciones IP. Entre éstas podríamos nombrar, en México, proveedores de pago como Totalplay o Axtel TV. Las segundas son aquellas que distribuyen contenidos de audio y video a dispositivos electrónicos conectados a la web sin la implicación de los operadores tradicionales. En este segundo grupo se ubica una de las plataformas *streaming* más populares de los últimos tiempos: Netflix.

De acuerdo con la revista Forbes (2017), Netflix domina la mayor parte del mercado en el continente americano. Tan sólo en México el 72% de los usuarios de internet posee una cuenta de Netflix, lo que lo convierte en uno de los países con mayor número de fans de esta compañía. Asimismo, dentro del *ranking* latinoamericano encontramos en segundo lugar a Brasil, con una prevalencia del 67%, y en tercer lugar se ubica Argentina, con 63%. Fuera de Latinoamérica le siguen Estados Unidos, con 62%, y Canadá, con 56%. Así pues, en México la compañía estadounidense se ubica arriba de otras compañías de video *streaming* internacionales como Amazon Prime Video, HBO Go, Fox Premium, y nacionales como Claro Video y Blim (*Expansión*, 2018; *Forbes*, 2017).

Nadie habría pensado que la empresa que inició en 1997 como un videoclub de venta y alquiler de DVD se convertiría, 20 años más tarde, en uno de los gigantes de la industria audiovisual. Lo cierto es que actualmente Netflix cuenta aproximadamente con 139 millones de usuarios en todo el mundo. Entre su oferta destacan series, miniseries, películas, cortometrajes, documentales y dibujos animados —muchos de producción propia— que convocan a todo tipo de internautas y la ubican en la cima del mercado. Esta plataforma nos permite tomar un paso cotidiano de consumir lo que antaño era exclusividad de otro tipo de industrias culturales; podemos acceder a casi cualquier producto de la cultura de masas, por ejemplo, en este caso del Universo Marvel, del que Netflix alberga un nutrido contenido de títulos que robustecen ya los entornos culturales del mundo audiovisual.

Narrativas mutantes en Netflix: el héroe en apogeo

Nos interesa reflexionar sobre un conjunto de narrativas que ocupan un lugar predominante en el catálogo que ofrece Netflix a sus usuarios: los mutantes. Ciertamente es que el auge alcanzado por los universos cinematográficos de Marvel Comics y DC Comics en las últimas décadas ha propiciado el resurgimiento del mundo de los mutantes y superhéroes en la cultura popular, lo que se evidencia en el incremento de la producción anual de películas, series, dibujos animados, cómics y novelas

gráficas en torno a la temática. Estas narrativas, surgidas entre finales de la década de los treinta y finales de los cincuenta del siglo XX, en un periodo conocido como “edad de oro de las historietas”, con el pasar del tiempo pasaron del registro gráfico al audiovisual. Hoy en día se han convertido en una potente industria que año tras año recauda cifras extraordinarias en ventas.

Estamos ante la presencia de un constructo mediático singular como nunca antes se había hecho. El héroe encarna la mítica antigua, contada con excelencia por los griegos y perfeccionada por los romanos al servicio bélico del primer gran imperio de talla mundial. Lo héroes son necesarios para las sociedades y culturas, en parte debido a la puesta en escena (en *performance* tipo sacro) de los mitos y leyendas consagrados para perpetuar los buenos valores de la comunidad; pero también se ve que esos mismos valores sólo pueden revelarse con personajes no frecuentes y dotados de características que los humanos comunes no poseen. Las reglas y normas se rompen a su libre albedrío, y aquella buena moral se redime, pero en la lógica de un tiempo del que sólo disponen los elegidos. Por eso existen distintas formas de héroes: el immaculado, el que está para redimir todo incluso a costa suya (Jesús, el profeta crucificado); el insolente (Prometeo y su enfrentamiento con los dioses); el protector (Beowulf en las sagas nórdicas); el rebelde (Espartaco y sus revueltas frente a los romanos), el aventurero (Ragnar Lodbrok, el vikingo conquistador); el osado y valiente (Perseo, el griego, y Aquiles, el semidios); el sabio (Quetzalcóatl y el retorno esperado), el belicoso pero misericordioso (Huitzilopochtli, el sediento de sangre), etcétera.

A estos personajes les dejamos la tarea que sólo ellos pueden hacer. No importa si existieron en realidad, si fueron humanos o protagonistas de una historia social peculiar de la cual somos parte. Lo único cierto es que sus hazañas perpetúan nuestras certezas y sólo así podremos seguir siendo felices y despreocupados hasta la eventual llegada de otras calamidades. Alejandro el Grande, rey, comandante y estrategia militar, considerado mitad hombre, mitad dios y adorado como tal por sus tropas, representa el héroe real, de carne y hueso, producto de victorias y conquistas (por lo menos sobre la mitad del mundo conocido en su tiempo). Con Alejandro, el límite entre humano y deidad le otorga una característica singular como héroe: también podemos confiar en un ser humano para que nos guíe y afronte por nosotros eso que llamamos “destino”. El caudillo y el valiente forman parte de nuestra necesidad de preservar los caminos del bien y la justicia.

Después de la Segunda Guerra Mundial apareció la necesidad inaplazable de explicar exhaustivamente los procesos de aniquilación que significó la modificación entera del modo de entender los procesos sociales de la actualidad, llevada a cabo en una conflagración sin parangón en la historia de la humanidad. Una forma de entender la sinrazón humana se expresó en la presencia del “enemigo externo”,

característica tan propia de Occidente cuando se ensimisma en la unicidad cultural que cree que es, sólo que ahora cobraba un sentido singular e inusitada intensidad. Al mismo tiempo, se construían los “cuidadores”, los Centinelas que no descansarán hasta que nuestra seguridad sea una forma cotidiana de ser.

En Estados Unidos, uno de los vencedores en la contienda mundial, se produjeron los “superhéroes” masificados como parte de la incipiente industria del entretenimiento, pero al mismo tiempo, superpuesta como metáfora de las ansiedades y resquemores de la posguerra. La escena cultural se llenó de proyecciones que, ante la inmanencia del miedo a la bomba atómica, a la Tercera Guerra Mundial, a los comunistas y otras fobias, celebraron la presencia ficticia de aquellos que podrían salvarnos de los nuevos males acaecidos en el mundo.

Mutantes: ¿sinónimo de héroes?

Desde luego, las historias de mutantes y superhéroes no pasan desapercibidas en Netflix. Entre las series, películas y dibujos animados tanto del universo Marvel como DC que ahí se alojan, nos interesa una franquicia en particular: *X-Men*. La razón de nuestra elección es que esta historia —a modo de metáfora— brinda la posibilidad de reflexionar sobre las formas en que las sociedades significan, se apropian y gestionan las diferencias y el encuentro con la alteridad.

En efecto, en el universo de *X-Men*, los mutantes han adquirido sus poderes a partir de modificaciones genotípicas naturales. A diferencia de otras franquicias cuyos protagonistas son seres humanos sometidos a distintos procedimientos o accidentes que desencadenaron modificaciones en su información genética y les atribuyeron poderes, los mutantes son seres humanos que sufrieron modificaciones en su ADN debido a procesos evolutivos. Tomemos como ejemplo el caso de James Howlett, más conocido como Wolverine o Logan, un mutante que nació con la capacidad de regenerar su cuerpo (factor curativo), con instinto similar al de un animal predador y tres garras retráctiles (de hueso) en cada mano. Estos poderes despertaron en su infancia el día que presencié el asesinato de su padrastro, John Howlet (Jenkins, 2001). Dicho factor curativo lo convirtió, décadas más tarde, en un candidato apto para someterse a un programa de experimentos comandados por el gobierno norteamericano, conocido como Arma X, en el que cubrieron su esqueleto con *adamantium*, una aleación de metal indestructible que le dio su apariencia final en los cómics. Al igual que Logan, cada mutante del universo *X-Men* ha nacido con una alteración genotípica que le atribuye una o varias habilidades sobrehumanas.

En contexto, lo particular de la trama argumentativa de *X-Men* es que, a diferencia de otros superhéroes de Marvel Comics que gozan de cierta aceptación en sus universos narrativos, estos seres desean insertarse en una sociedad que les teme, los aísla y busca eliminarlos. En tal escenario, mientras unos mutantes

buscan la aceptación de los humanos y la fundación de una sociedad donde ambos grupos coexistan en equidad de condiciones, otros se proclaman insertos en una guerra por la supervivencia de los más adaptados y fuertes.

En ese sentido, la metáfora de los *Hombres X* —como se le conoce en Hispanoamérica— representa los rasgos biológico-corporales de un grupo de individuos, estructurados como una arena decisiva de lucha social, un lugar donde se fabrican narrativas, significados, matrices perceptivas, clasificaciones y jerarquías entre la identidad y la otredad (Grimson, 2013). En última instancia, el ser o no ser mutante pasa por una serie de transacciones simbólicas ligadas a la identidad: ¿quiénes son los nuestros? ¿Quiénes son los Otros? ¿Qué hacemos con los Otros? En tales condiciones, el valor de la vida entra en un paisaje de distribución desigual de capitales simbólicos donde lo biológico opera como indicador diacrítico. Es decir, los mutantes encarnan lo extraño, lo desconocido, son imaginados como lo inaceptable y lo imposible, en torno a ellos se tejen escisiones ontológicas —y escatológicas— que los convierten en existencias que se pueden sacrificar o controlar para salvaguardar la seguridad de un nosotros imaginado. Entonces, la sola idea de diluir la relación desigual entre lo humano y lo mutante significa una amenaza para la identidad.

Cabe señalar que Marvel Comics publicó el primer cómic de *X-Men* en septiembre de 1963.¹ En la portada (vol. 1, núm. 1) se lee: “¡The strangest super-hero for all!”.² En la página 9, en una conversación que sostienen Jean Grey y Charles Xavier, éste le dice: “You, miss Grey, like the other four students at this most exclusive school, are a mutant! You possess an extra power (...) one which ordinary human do not!! That is why I call my student (...) *X-Men*, for extra power!”.³ Estos textos permiten reconocer la inclinación del cómic hacia aquello que se sale de la norma, lo extraño y lo segregado. De hecho, con el tiempo Stan Lee reconocería que él y su coautor, Jack Kirby, bautizaron la historia en alusión a los movimientos y tensiones sociales que se vivían en Estados Unidos por causa de la segregación racial. Luego, es innegable que la historia de los *Hombres-X* es alegoría del mundo segregado, estructurado en torno a prácticas de discriminación e ideas supremacistas que colocan a un sector de la sociedad en una posición periférica.

Mientras más nos adentramos en las vidas de los personajes, notamos que son individuos que sufrieron alguna forma de discriminación, aislamiento y maltrato

¹ Existe un debate sobre un posible plagio a *Doom Patrol*, publicado en abril de 1963 por DC, pero es un tema que no abordaremos en esta ocasión.

² “Los superhéroes más extraños de todos”.

³ “Tú, señorita Grey, como los otros cuatro estudiantes de esta exclusiva escuela, eres mutante. Posees un poder extra, uno que el humano ordinario no. Por eso llamo a mis estudiantes *X-Men*, por el poder extra”.

por parte de los humanos, quienes los consideran monstruos. Quizá quien encarna de manera ejemplar este sentimiento dual, el de saberse marginado por ser raro, pero también poderoso por sus aptitudes más allá de las capacidades humanas, es el propio Wolverine: tras ser engañado, sometido a experimentos sin su consentimiento y siempre perseguido, deviene en un ser poderoso y vengativo de los infortunios creados por la sociedad que lo rodea. Ante tales vejámenes y atropellos, en el cómic se reconocen dos tipos de mutantes: aquellas y aquellos que quieren ser aceptadas y aceptados por la sociedad, y quienes desean eliminar a la raza humana por considerarla inferior. Ambas posturas están representadas en dos de sus protagonistas: Erick Lehnsherr, “Magneto”, y Charles Xavier, “el Profesor X”.

Erick es un personaje de origen judío que después de sobrevivir al holocausto nazi dedica su vida a proteger a los mutantes y lidera una cruzada contra los humanos. Su habilidad es controlar y manipular los metales a voluntad, por eso es uno de los mutantes más vigorosos de la franquicia. Desde su punto de vista, los mutantes están en un peldaño superior en comparación con los seres humanos —el “*homo superior*” —, lo que legitima su campaña contra los *Homo sapiens*.

Por su parte, el Profesor X tiene habilidades telepáticas y una inteligencia sobrehumana; por eso es el eterno contendiente de su enemigo-amigo, Magneto. Además, Charles Xavier es un destacado defensor de los derechos mutantes y fundador de la Mansión X, un instituto que recibe a estudiantes mutantes y los instruye en el dominio de sus poderes, en valores y en la idea de formar un mundo sin discriminación entre los humanos y ellos. A su vez, es líder y creador de los *X-Men*, una patrulla de héroes mutantes que defienden a la humanidad y a otros de los suyos de los peligros que representa la guerra entre ambos bandos.

En el cómic *The Uncanny X-Men*, vol. 1, núm. 161 (Claremont, 1982), se cuenta la historia de cómo se conocieron estos dos personajes. Fue durante una estancia en un campamento para sobrevivientes del holocausto nazi dirigido por Daniel Shomron, quien contactó a Charles para que lo ayudara con una paciente suya, Gabriela Heller, que se encontraba en un estado catatónico a raíz de su experiencia como prisionera en el campo de concentración de Dachau. En este proceso, Xavier conoce a Erick, un joven judío que creció y perdió a toda su familia en Auschwitz. Durante su permanencia en Israel, ambos mutantes logran consolidar una gran amistad; sin embargo, en la medida que se conocen, Charles comprende que las experiencias de Erick en los campos de concentración lo han marcado de forma profunda: habla de la superioridad de los mutantes y de la necesidad de dar la vuelta a la relación de poderes con los humanos. Según Lehnsherr, los mutantes no estarían en las cámaras de gas (Claremont, 1982).

En el cómic *X-Men Magneto Testament*, vol. 1, núm. 1 (Pak, 2008), se narra la infancia de Magneto durante la Segunda Guerra Mundial. Cuenta cómo su padre,

madre y hermana fueron ejecutados por los nazis y cómo fue enviado, siendo un niño, a Auschwitz, donde pasó varios años realizando trabajos forzados y operando cámaras de gas y hornos. Sus poderes mutantes despertaron hasta la edad adulta. Por su parte, el cómic *X-Men*, vol. 1, núm. 12 (Lee, 1965), relata la infancia de Xavier, quien, a diferencia de Erick, despertó sus poderes en la infancia. A los 10 años perdió a su padre, el científico Brian Xavier, en un accidente nuclear ocurrido en Nuevo México; tiempo después su madre, Sharon Xavier, se casaría con Kurk Marko, un compañero de trabajo de su difunto esposo, quien tenía un hijo, Caín Marko —conocido posteriormente como Juggernaut—. Los malos tratos de su nuevo esposo y su depresión llevaron a Sharon a la muerte, por lo que Charles quedó solo con su padrastro y hermanastro. Tiempo después, Marko murió también en un accidente de laboratorio. Tras este hecho, Charles heredó la fortuna de sus padres y se convirtió en un académico destacado.

Aunque aquí hemos narrado de manera sucinta los orígenes de ambos mutantes, es necesario indicar que sus personajes encierran metáforas y profundas discusiones de orden moral, simbólico y político. Magneto representa un personaje con un pasado traumático que ha construido una personalidad megalómana y supremacista cuyo objetivo es fundar una sociedad reinada por mutantes; aunque en varias ediciones ha formado equipo con los *X-Men* para proteger a la tierra. Por su parte, el Profesor X no sólo es precursor de los *X-Men*, sino también el fundador de una escuela que recibe a aquellos rechazados por la sociedad. Ello cobra valor, sobre todo si recordamos que hasta hace algunas décadas a las mujeres, afrodescendientes e indígenas, por ejemplo, se les negaba la oportunidad de acceder a la educación superior. De hecho, el primer número de *X-Men* (1963) salió a la luz en un momento en que se empezaban a derribar las barreras que impedían a los estudiantes afrodescendientes estudiar en las universidades de Estados Unidos.

Entonces, en un mundo donde los humanos declaran la guerra a lo extraño (encarnado en la figura del mutante), y las transacciones simbólicas de la sociedad hegemónica ubican lo anormal al lado de lo monstruoso y maligno —lo que justifica su erradicación—, Charles y Erick ofrecen dos actitudes ético-políticas: la reciprocidad negativa del ojo por ojo, y la reciprocidad positiva de hacer el bien para construir la paz. En realidad, la saga mutante de los *X-Men* es la antigua consigna perseguida por las sociedades: la búsqueda de lo que somos pero que inevitablemente debemos confrontar con el Otro, el que es extraño y advenedizo, ese objeto del deseo odiado y querido, nunca bien visto, pero pretendido por todos los fines posibles para afianzar poder sobre lo que no es parte de la “normalidad”, tan extraña como imposible de lograr.

En la mente más poderosa del planeta, la del profesor Charles Xavier, director de una escuela para dotados, los *freaks* del mundo, los que no caben en él e intentan

por todos los medios aislarse de esa sensatez y regla general dictada por ciertos intereses oscuros, cabe la idea de que el bien es posible. Difícil posición cuando desde siempre se ha sido marginado por ser diferente. En este caso, la diferencia externa un sentimiento de repulsión, también muy en boga en el mundo occidental, repetido históricamente —hasta la saciedad, diríamos— desde los episodios de la conquista de las Américas, la esclavitud, los campos de concentración, la bomba atómica, etcétera.

De acuerdo con las premisas multiculturalistas, lo anterior ha ocasionado la expansión de un pensamiento que invita al ansiado contacto pacífico con la diversidad. Acorde con ello, cuando observamos un mundo diverso pero inalcanzable en cómo se establecen las sociedades contemporáneas, el conflicto surge a primera vista. No es la primera vez que sucede: la inclusión y la tolerancia, esas antípodas de la barbarie, forman parte de la historia oculta de las acciones y los deseos humanos incumplidos a través de la historia. Es decir, puede contarse de esta manera y no siempre resulta halagador el resultado: cuando Adolf Hitler reflexionó a solas con su camarilla de amigos convertidos en asesores, derrotados todos en la formación idiosincrática germana inventada en la Edad Media como mecanismo de cohesión desde la invención del “pueblo elegido”, concluyeron en bizarras estrategias para resarcir ese duelo nacionalista: se prometieron a sí mismos convertirse en aquella máquina racional que, desde el campo político, podía y debía echarse andar para rechazar lo que, según ellos, eran las perversidades de un estadio social inservible para las posiciones bélicas incendiadas *a priori* en la proclama del Gran Pueblo.

Nada nuevo. Reescribir la historia no tiene sentido de esta manera, no sin el consenso civilizatorio en el que la secuencia de los tiempos también está sujeta a lo que Hegel (2017) llamó “la dialéctica del espíritu”. La forma en que avanzan los pensamientos y las ideas avasalla valores de antaño, disfuncionales para el mundo actual. La psicosis desarrollada por los jerarcas bávaros pudo haber triunfado a no ser también porque la rueda del contexto (histórico, desde luego) donde se llevó a cabo no permitiría un retroceso a ciertos valores que dan por entendido el avance civilizatorio contemporáneo, por eso todos se aliaron contra esa inverosímil forma de concebirse como sociedad política (el totalitarismo como elección societal).

Cuando los intelectuales de la Escuela de Frankfurt declaran que ya no es posible hacer y pensar la poesía después de Auschwitz, este proceso civilizatorio, que pudo sucumbir ante el avance de aquella oscura racionalidad, entra en una crisis sin igual en la contemporaneidad. Auschwitz es eso: el ocaso de la razón, el fin de la civilización y el otorgamiento de un título nobiliario tipo clase política a lo bárbaro y lo indeseable.

A Charles Xavier le sucede lo mismo. El sueño de todo dictador es controlar la totalidad de la existencia desde una sola visión. Xavier no puede dormir por esa

posibilidad que, ingenuamente, cree realizar desde el bien común. De hecho, ésta es su ventaja, pero también su extrema debilidad, es decir, creer que puede agenciar el bien a través del mal. La prodigiosa mente del Profesor X quiere manipular los destinos de la gente hacia un estado de concordia más parecido al Paraíso Bíblico que a una realidad biopolítica que hace absolutamente todo lo posible para exterminar a quien no encaja en el canon establecido. Charles desea hacerlo porque en el fondo de su esencia está la compasión por una humanidad simple y llana —soberbia y evidentemente egoísta como toda posición mutante—; esa que no tiene más futuro y cercanía que los problemas cotidianos de cualquier mundano. En eso radica la postura de Xavier. Nadie le solicitó ayuda y compasión, pero él se adjudica el “deber ser” de su impoluta necesidad de servir. Debido a esa dualidad (el altruismo mutante de quien se cree superior, pero es magnánimo y compasivo) la duda le acomete todo el tiempo. Está en un mundo donde los valores que él pregona son la antítesis de lo que el humano desea y todo el tiempo propaga: desde el poder a ultranza, la segregación de la diferencia por sí misma y el deseo permanente de destrucción de las otredades, cuestión no menor si se trata de salvar a quien no quiere ser salvado.

En el otro extremo, Magneto lo tiene muy claro. Ante la adversidad, los marginados de siempre tienen que rebelarse: sólo hay una oportunidad en la vida y, empoderados hasta el fanatismo, también deben asumir el papel de redención, sólo que ésta debe ser de limpia total, borrón y cuenta nueva, ola purificadora y sanadora, donde lo único posible es un mundo superior dominado por seres privilegiados, ellos, los mutantes. La diferencia, en este caso, produce distinción; no implica diálogo alguno y hay esperanza en la idea de que el mundo sólo puede ser imaginado en la idea darwiniana de sobrevivencia, en lo que por evolución “natural” se entiende como la superioridad racial y de especie, esa idea simplista que fundó la perspectiva filosófica de los burócratas nazis.

En ambos casos, el dilema se cierne sobre una realidad donde la diversidad entra en conflicto permanente. Algunas veces, el dilema de saber quiénes son débiles y se ven forzados sin saberlo a recibir ayuda; y por otro, hacer visible una mirada en la que los superiores deben generar el nuevo orden que, predestinados para ello, invitan a no tener siquiera un mínimo de duda al respecto. En los dos caminos, el Otro se establece como premisa para dirimir los conflictos de la inclusión. En ambos preexiste el principio de lo posible para un mundo distinto al que conocíamos debido al contacto disorde con la diversidad desde la irremediable pero siempre presente necesidad de sentirnos parte de algo, de un colectivo que, aunque distantes entre nosotros mismos, precisa definir las nuevas reglas. El enunciado es: “no es lo mejor, pero es lo único que hay”.

Marvel Knights y Legión

Es importante señalar que en algún momento hubo conflictos entre los estudios 20th Century Fox y Marvel Studios por los derechos de autor del universo *X-Men*. No obstante, la compra de ambas empresas por Disney Company ha generado una serie de incertidumbres y remezones al interior de los universos de los superhéroes y mutantes. Aunado a ello, tanto Fox como Disney cuentan con sus propias plataformas *streaming*, y en Netflix sólo es posible encontrar dos series que hacen alusión a personajes de la franquicia: *Marvel Knights Animation* y *Legión*.

La primera serie es una producción del sello editorial *Marvel Knights*, marca fundada en 1998 por Marvel Comics como intento de producir contenidos para un público adulto y salir de la crisis en la que se había sumido en la última década del siglo XX. Este nuevo sello, coordinado por Joe Quesada y Jimmy Palmiotti, se asoció en el año 2010 con la compañía Shout Factory para llevar los cómics a formato DVD. Así pues, de esta sociedad nació *Marvel Knights Animation*, una serie que cobra vida a partir del soporte gráfico del *motion comic*. En Netflix está la temporada uno, en la que se narran las historias de distintos personajes del universo Marvel, entre ellos: Black Panther, Spider Women: Agent of S.W.O.R.D, Thor & Loki: Blood Brothers, Iron Man: Extremis y Astonishing X-Men.

Esta última serie es una adaptación del cómic *Astonishing X-Men*, publicado por Joss Whedon y John Cassaday, en el 2004. Se divide en cuatro partes: *Astonishing X-Men: The Gifted*, *Astonishing X-Men: Dangerous*, *Astonishing X-Men: Torn*, y *Astonishing X-Men Unstoppable*. En ellas se narran las vicisitudes de personajes como Wolverine, Bestia, Cíclope, Sombra, Coloso, Emma Frost, quienes se enfrentan a Ord, Kruun y otros habitantes del planeta Breakworld. En la historia, Ord, por orden de Kruun, el emperador Breakworld, se dirige al planeta tierra con la misión de aniquilar al mutante que, según las profecías de su mundo, aniquilará a su raza: Coloso. Al llegar a la tierra, Ord se alía con la agente Brand, comandante de S.W.O.R.D., una división de S.H.I.E.L.D encargada de hacer frente a las amenazas extraterrestres, y con la doctora Rao, reconocida genetista, con el propósito de crear una cura para la mutación. Si bien Ord y la doctora Rao logran crear una sustancia que anula los genes mutantes, los *X-Men* lo derrotan, situación que lo hace adoptar nuevas estrategias para acabar con el mutante de sus profecías. Ante tal contingencia, la Patrulla X debe enfrentarse a los peligros que representa la raza Breakworld para la tierra.

En segundo lugar, Netflix tiene una serie elogiada por muchas y muchos debido a su particular estructura narrativa, que pone en jaque la mente del espectador: *Legión*. Producida por FX Productions, Noah Hawley, Marvel Television y 26 Keys Productions y lanzada al aire en el año 2017, *Legión* narra la historia de David Charles Haller, uno de los mutantes con más poderes de todo el universo *X-Men*. En

los cómics Legión es hijo del profesor Charles Xavier y de Gabriella Haller, quienes los concibieron durante una estadia en Israel, en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Este personaje, creado por Chris Claremont en 1985, es un mutante esquizofrénico, con personalidad múltiple —de ahí su nombre— y un poder superior al de cualquier mutante (nivel Omega). Pero en la adaptación que hacen de él en la serie se desconocen, al menos en principio, muchos aspectos de su origen. Se trata de una producción original que traza cierta distancia del canon de los cómics.

Así pues, si bien la serie se encuentra próxima a estrenar su tercera temporada, en Netflix está disponible únicamente las dos primeras temporadas. En la primera temporada se cuenta la historia de David Haller, un joven con habilidades como telepatía, telekinesis y la posibilidad de alterar la materia. Su historia inicia con algunas escenas de accidentes provocados por sus poderes telequinéticos y telepáticos, sus problemas de adicción, sus alucinaciones, un intento de suicidio y la reclusión en el sanatorio mental Clockworks. Luego de un tiempo de estar internado, el protagonista conoce a Sydney Barret, una mutante que le hace ver que no está loco, sino que posee poderes mentales. Posteriormente, ambos son rescatados por otro grupo de mutantes pertenecientes a una organización llamada Summerland, dedicada a dar refugio y asilo a este tipo de personas. Gracias a la ayuda de este grupo, Haller descubre que desde su infancia se encuentra bajo la influencia de un parásito mental, conocido como el Rey Sombra, que altera su realidad para poder vivir en su mente. Aunque Haller logra liberarse del parásito, este último domina la mente de Oliver Bird, el líder fundador de Summerland.

El Otro y las políticas de la diferencia

Sydney Barret y David Haller sostienen el siguiente diálogo en una sesión con el psiquiatra del sanatorio mental Clockworks. El diálogo sugiere la idea de que la normalidad y la anormalidad no son un fin en sí mismas, sino más bien tipologías definidas a partir de una posición de poder, lo que las convierte en un medio de ordenación social.

Sydney: Estás aquí porque alguien dijo que no eres normal. Normal es el traje que todos suponemos, pero ¿sabes quién más no era normal?

Picasso, Einstein (...)

Haller: Sólo aclarando, ¿tú eres Einstein o Picasso?

Sydney: ¡Qué más da!, lo único que digo es ¿y si tus problemas no están en tu cabeza? ¿Y si ni siquiera son problemas?

Si existe lo (a)normal es porque hay un mandato que traza un pensamiento abismal entre una ontología y otra, un mandato que semantiza la diferencia en términos

de opuestos: nosotros/otros; normal/anormal; bueno/malo. Quien ostenta el poder tiene la posibilidad de nombrar, clasificar y legitimar una posición para la alteridad; traza fronteras imaginarias que se convierten en actos, coerciones, silenciamientos, sometimientos, represiones y exclusiones. En este sentido, “para establecer la diferencia de un particular con respecto a otro, necesitamos algún parámetro que justifique las reglas posibles de diferenciación” (Figari, 2009: 131). La creación de ese parámetro da lugar a una exterioridad (la alteridad, el Otro), pero a la vez a una interioridad (mismidad, identidad) constituyente. Así pues, al trazar una línea que distancia el Nosotros de los Otros, hay un lugar próximo que se afirma en la medida que está en un lugar ontológicamente distinto al Otro.

Por otra parte, cuando “un polo de la relación binaria no sólo sostiene sentidos de oposición, sino contradicción en términos valorativos, y de ventaja y desventaja de bienes materiales y/o simbólicos, decimos que la relación se plantea en términos de subalternidad” (Figari, 2009: 132). Quien nombra al Otro como subalterno, como sujeto inferior o peligroso, pone en juego una serie de transacciones simbólicas que imaginan al sí mismo como identidad dominante. En esta ecuación el Otro subalterno representa lo que no debe ser, aquello que se debe controlar, prohibir y reprimir, pero también un espacio de afirmación en tanto que al ser negado refuerza la identidad de quien ostenta el poder, mutante para este caso.

Respecto de lo anterior, es preciso reflexionar en torno a las transacciones simbólicas que realizan las sociedades modernas para definir los límites de la identidad y la otredad, los modos en que se distribuyen las economías del poder a partir de indicadores diacríticos que clasifican a los diferentes, y los modos en que se establecen políticas que niegan o afirman la diferencia.

Norbert Elias, en su libro *The Established and the Outsiders* (en Grimson, 2013), señala que la desigualdad, las jerarquías sociales y la inequitativa distribución de los capitales simbólicos entre los grupos que componen una sociedad no puede reducirse de forma monológica a la posesión o no de medios de producción y coerción. Según su lectura, las distinciones humanas pasan por taxonomías y tipologías que se ponen en juego y dan lugar a paisajes políticos de la alteridad. Para explicar eso, pone de ejemplo la historia de una ciudad inglesa donde no existen diferencias de raza, nacionalidad o clase; la única diferencia es la antigüedad de las personas, que da pie a una economía del poder donde los más antiguos: “Al estar más cohesionados, tienen la capacidad de producir clasificaciones para garantizarse a sí mismos el monopolio de las instituciones sociales y políticas de la localidad. Al excluir a los otros y estigmatizarlos, se concentran entre los outsiders todos los procesos característicos de lo que la sociología llamaba la ‘anomia social’: violencia, delito, fracaso escolar, alcoholismo” (Elias en Grimson, 2013: 70).

Según esta postura, la inequidad no está en la diferencia en sí, sino en la forma en que se simbolizan y estructuran históricamente las relaciones entre unos y otros grupos. En otras palabras, los imaginarios y las clasificaciones sociales que estructuran la desigualdad “son el resultado de la fábrica de excedentes de poder que tienden a estructurar las relaciones sociales hasta el punto de que sólo podamos ver posteriormente esas tipificaciones como si fueran una realidad exterior a nosotros mismos” (Grimson, 2013: 70).

En la ciudad de Elías, el marcador diacrítico que brinda o resta valor a la posición simbólica y política de sus habitantes es la antigüedad. Para los mutantes del mundo de Stan Lee, la información genética, en muchos casos materializada en fenotipos que transgreden la corporalidad imaginada de lo humano (pensemos en el doctor McCoy, más conocido como Bestia), supone la ontologización del lado de lo abyecto. Para otros, cuyas mutaciones no perceptibles en el cuerpo les permiten camuflarse entre los humanos, su posición es diferente, siempre y cuando mantengan su ser mutante fuera del espacio público. No obstante, una vez que revelan su naturaleza se ubican del lado de la monstruosidad. Esto último se ve representado en el diálogo de Emma Frost en *Marvel Knight*: “Mi familia ha sido muy generosa durante generaciones y el mismo año que se supo públicamente que soy mutante decidieron retirarme de la lista de invitados [de la gala anual de ayuda para la preservación de la arquitectura victoriana]”.

El caso de Emma Frost, una atractiva mutante blanca de familia acaudalada, reconocida y aceptada en el mundo de los humanos, evidencia cómo sin importar con qué recursos fenotípicos o materiales cuentan los mutantes, el resultado, una que vez hacen pública su identidad, es la exclusión por parte de los humanos. Lo que está en juego es la distribución del capital simbólico. Entonces, sin importar la posición que ostente el mutante, para las matrices de percepción dominantes entre los humanos siempre serán sujetos marginales *a priori*. La misma Frost lo expresa ante sus compañeros de la mansión X de la siguiente manera: “Aprendimos la primera lección, siempre nos odiarán. Nunca viviremos en un mundo de paz. Es la razón por la que el control y la no violencia son esenciales; debemos demostrar que somos pacíficos, debemos inspirar a los humanos respeto, aceptación y comprensión, y no debemos confundir eso con confianza”.

El mutante se ubica en el lugar de lo abyecto, se le representa como un peligro potencial para la humanidad. Algo que no debe ser. En ese sentido, de acuerdo con Figari (2009), entendemos que el sujeto abyecto se representa con una serie de semantizaciones ético-jurídicas como lo malo, lo anormal, lo enfermo y lo ilegal, y estéticas como lo feo, lo monstruoso o repulsivo. Así pues, el sujeto abyecto precisa ser normalizado, corregido, curado, embellecido o, como solución final, penalizado o exterminado.

De acuerdo con Foucault (2007) en su libro *Los anormales*, la Modernidad configuró la idea de la anomalía o individuo anormal sobre tres figuras: el sujeto que se va a corregir, el niño masturbador y el monstruo. Los dos primeros se enmarcan en el ámbito de la cotidianidad y las prácticas legitimadas entre los individuos que integran a la sociedad. Así, el individuo que se va a corregir es aquel que por problemas en sus procesos de domesticación o socialización primaria precisa ser sometido a intervenciones y tecnologías que lo corrijan. Por su parte, el niño masturbador representa la figura de aquel que transgrede las normas que rigen el comportamiento sexual y la práctica de la masturbación. Finalmente, el monstruo es aquel que excede los límites de la cotidianidad, un caso extremo y radicalmente raro. Es la combinación de lo imposible y lo prohibido. Una violación a las leyes naturales y jurídicas, por lo que es imaginado como un dominio jurídico biológico (Foucault, 2007).

En acuerdo con ello, notamos que en torno al mutante convergen dos miradas: una jurídica que lo representa como “sujeto peligroso”, por lo que debe ser reprimido, controlado o eliminado; y otra biológica que lo figura como una existencia contranatural, dominio de la medicina y la piedad. Entonces, al lado de la violencia encontramos la mirada que medicaliza al mutante y lo hace sujeto de intervención médica. Para el caso de *Marvel Knight*, esta mirada la encarnan la doctora Kabita Rao y su esfuerzo por encontrar la cura a la “enfermedad de la mutación”. Así se puede evidenciar en su diálogo:

Kabita Rao: ¿Qué es un mutante? Fueron llamados ángeles y demonios. Han cometido atrocidades y también fueron víctima de atrocidades, se los ha llamado monstruos y algo de razón tienen. Los mutantes son personas, ni mejores o peores que otras por naturaleza, sólo personas. Personas con una enfermedad. Los mutantes no son el próximo paso en la evolución, no son el fin de la humanidad; el gen mutante es sólo una enfermedad, la corrupción de la actividad celular sana. ¡Y llegó la hora! he descubierto una cura (...) en los próximos meses se pondrá a disposición de los equipos de genetistas de la mayoría de las naciones para demostrar lo que sabemos ahora. Se hace necesario eliminar el gen mutante. Existe una segunda oportunidad.

Se observa que al lado de la mirada jurídica, cuya respuesta legítima es la coerción, se ubica la mirada de la piedad y la intervención médica dirigida a corregir la “enfermedad mutante”. Si bien ésta ofrece una discriminación positiva de los mutantes, en todo caso, los concibe como alteridad subalterna, sujetos incompletos que deben ser intervenidos para convertirse en normales.

En este ensayo se usa la metáfora de los mutantes para abordar el tema la significación de las diferencias en las sociedades y de la construcción de estructuras interaccionales, simbólicas y económicas de poder en torno a la relación entre identidad y alteridad. Como veíamos atrás, el indicador diferenciador que concibe a los mutantes del universo de Stan Lee como población sacrificable es la información genética y el proceso evolutivo. Ocurre lo mismo con los humanos y la campaña anti *Homo sapiens* de Magneto y su hermandad mutante. Así, si traspolamos esto a la historia moderna, encontraremos una serie de geografías y paisajes de la diferencia que ubican a ciertos actores en el lugar de poblaciones prescindibles por sus marcas étnicas, raciales, sexogenéricas, de nacionalidad y de clase socioeconómica.

Ciertamente, a pesar de que el proyecto moderno se consolidó como igualitario y solidario de relaciones horizontales entre sujetos de derecho, las formas de vida premoderna estructuradas en torno a castas, jerarquías y estatus, opusieron resistencia al cambio, lo que generó el entrecruzamiento de ambos sistemas relacionales (Segato, 2003). Así, la idea de la igualdad se consolidó sobre la semejanza (Rosaldo, 2000).

Todos los hombres son iguales, es decir, los hombres blancos. Las mujeres no. Tampoco los negros e indígenas; estos últimos eran propiedad de quienes escribían sobre igualdad (Grimson, 2013). Ni hablar de las comunidades sexogenéricamente diversas. Cualquiera que no fuera representado como semejante no podía ser igual. Entonces, el principio moderno de la igualdad se consolidó sobre una política homogenizante, acrítica, descontextualizada y ahistórica. Todo esto sería “retraducido en los imaginarios evolucionistas de un modo sencillo. De una parte, la civilización con sus igualitarismos impersonales e individualistas. De otra parte, el atraso o la barbarie” (Grimson, 2013: 72). El hombre blanco civilizado, superior, tuvo legitimidad para dominar, controlar, reprimir, medicalizar e incluso exterminar la alteridad.

Ahora bien, no nos gustaría cerrar este apartado con una lectura ingenua de la significación de la diferencia, ni de los conflictos que existen entre los grupos sociales por nombrar la realidad. Las posiciones de poder no son absolutas, sino más bien tensiones que se dan en complejos interaccionales situados en un espacio y tiempo. La constitución de las sociedades no es un proceso acabado, sino abierto, indefinido, colmado de distintos niveles de conflictividad. Tal como afirma Foucault (1988), donde hay poder existe resistencia. Por ende, ubicar al Otro como víctima categórica involucraría negar su capacidad para negociar y emplear su posición como recurso para disputar un lugar. Sería negar la historia de las luchas sociales modernas y las transformaciones logradas.

Al punto al que queremos llegar es el antideterminismo. En el mundo de los mutantes, si bien existe la hegemonía de los humanos, también hay una gran

variedad de posiciones y voces asumidas por estos mutantes y humanos, lo que pone en jaque la idea de que ocupen posiciones categóricas. Según la idea de Grimson (2013), es necesario señalar, por un lado, que no existen hegemonías clausuradas, sino procesos abiertos y contextuales. Y por otro, no existen sujetos puramente hegemónicos o subalternos. Efectivamente, las luchas de los subalternos, los diferentes, los Otros han puesto sobre la mesa la necesidad de nuevas políticas sociales sustentadas sobre el principio de la diferencia. Si bien los discursos homogeneizantes perduran como una forma de resistencia al cambio, a diario surge una polifonía de voces que trazan diálogos, tensiones y reclaman la fundación de sociedades ordenadas sobre el principio de pluralidad.

En la saga mutante de Marvel Comics la idea es confrontar estas realidades conforme la tensión cultural de los Otros y el Nosotros se hilvana en un discurso de visibilidad. Para fines de la empresa y su propuesta mediática, tensar la cuerda en estos temas implica la “espectacularización” de la diferencia. Al fin de cuentas es una corporación de distribución masiva. No obstante, referirse de este modo a la necesidad de entender el mundo intercultural en el que supuestamente vivimos coloca en un debate de primer nivel el carácter simbólico de la cultura en el mundo contemporáneo, cuando se manifiesta desde un arte otrora marginal y contracultural —la narrativa del cómic— al servicio de audiencias masivas. Al mismo tiempo, implica un debate intenso al respecto.

La saga mutante de la Marvel es dolorosa. No hay historias con final feliz porque la abyección no lo ha sido, ni lo ha tenido nunca, pero he ahí donde radica la impecable disección de un mundo confrontado, dislocado y con una urgente necesidad de comprenderlo para transformarlo. Toda revolución lo propone. La saga mutante, por tanto, es un discurso de cambio, revolucionario, al margen de la belicosidad del dolor y la penuria de las corporalidades en juego, expone crudamente toda posibilidad de vivir en armonía.

La inmolación de Logan en la cinta final de la trilogía de *Wolverine* (James Magnold, 2017) es el símbolo de lo que se tiene que perder para lograr el anhelado entendimiento. Al pie de su tumba, la cruz girada en señal de equis es la negación del metarrelato que no funcionó y tampoco dio margen al diálogo en la colectividad universal. Así pues, como integrante de los Hombres X y profeta de un futuro promisorio, Logan se sacrifica en pro de la utopía. Es un tributo a la diferencia.

En tales escenarios, cada día surgen nuevos proyectos de sociedad sustentados sobre la idea del reconocimiento y el fortalecimiento de la diversidad. Entre estos esfuerzos ha surgido, no sin traspíes, la idea intercultural de una política de la diferencia sustentada en el (des)encuentro y la convivencia social. ¿Difícil?, por supuesto. Pero quizá no imposible.

Referencias

- Claremont, Ch (1982). "The Uncanny X-Men", vol. 1, núm. 161, <https://readcomiconline.to/Comic/Uncanny-X-Men-1963/Issue-161?id=22844>
- Del Pino, Cristina y Aguado, Elsa (2012). "Internet, televisión y convergencia: nuevas pantallas y plataformas de contenido audiovisual en la era digital. El caso del mercado audiovisual *online* en España". *Observatorio (OBS) Journal*, 6(4), 1-19. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/590>.
- Expansión (2018). "Netflix acapara el 80.8% de clientes de Streaming en México", *Expansión*, <https://expansion.mx/empresas/2018/12/17/netflix-acapara-el-80-8-de-clientes-de-streaming-en-mexico>.
- Figari, Carlos (2009). "Las emociones de lo abyecto: repugnancia e indignación". En Figari, Carlos y Adrián Scribano, *Cuerpos(s), subjetividad(es) y conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde América Latina* (pp. 131-139). Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad (CICCUS).
- Forbes México (2017). "Mexicanos, los más fans de Netflix", *Forbes México*, <https://www.forbes.com.mx/mexicanos-los-mas-fans-de-netflix-en-el-mundo/>.
- Foucault, Michelle (1988). "El sujeto y el poder". *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), 3-20. <http://terceridad.net/wordpress/wp-content/uploads/2011/10/Foucault-M.-El-sujeto-y-el-poder.pdf>
- Foucault, Michelle (2007). *Los anormales*. do de Cultura Económica.
- Grimson, Alejandro (2013). "La muerte con sangre entra". En Alejandro Grimson y Karina Bidaseca, *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia* (pp. 65-78). Buenos Aires: Clacso.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (2017). *La fenomenología del espíritu*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jenkins, Paul (2001). "Wolverine: the origins". *Marvel Character Inc.*, <https://readcomiconline.to/Comic/Wolverine-The-Origin>.
- Jova Rodríguez, Jorge Roberto, Bradshaw Gonzales, Alberto y Despaigne Reyes, Husseyn. (2015). "Streaming de archivos multimedia desde bases de datos". *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 9(2), pp. 1-13. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992015000200001
- Lee, Stan (1963). "X-Men", vol 1, núm. 1. *Marvel Character Inc.* Disponible en: <https://readcomiconline.to/Comic/Uncanny-X-Men-1963/Issue-1?id=22715#2>
- Lee, Stan (1965). "X-Men", vol. 1, núm. 12. *Marvel Character Inc.*, <https://readcomiconline.to/Comic/Uncanny-X-Men-1963/Issue-12?id=22778#1>.
- Pak, G. (2008). "X-Men Magneto testament", vol. 1, núm. 1. *Marvel Character Inc.*, <https://readcomiconline.to/Comic/X-Men-Magneto-Testament>.
- Rosaldo, Renato (2000). "La pertenencia no es un lujo. Procesos de ciudadanía cultural dentro de una ciudad multicultural". *Desacatos*, 3, 23-50. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2000000100004.
- Segato, Rita (2003). *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Villar Sanz, Lara y Polo Serrano, David (2010). "La revolución digital a la carta de la televisión en España". *Razón y Palabra*, 15(73), 1-18. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/36Villar_V73.pdf

PELEAR CON LOS ÁNGELES DESDE EL FANGO: UNA MISIÓN DE RESCATE EN *ALTERED CARBON*

María Teresa Garzón Martínez

“Haz que recuerden”.
Quellcrist Falconer, *Altered Carbon*.

Somos las historias que nos contamos a nosotras mismas. Sin embargo, existe un pero: “lo primero que debes aprender es que nada es lo que parece. Ignora tus suposiciones.¹ No confíes en nada de lo que ves, de lo que oyes, de lo que la gente te dice, de lo que crees recordar”.² Ella se encuentra feliz en ese momento: puede orinar de pie por primera vez en la vida, aunque esto de la “vida” se haya vuelto aún más complejo de lo que era en tiempos remotos. Sólo por esta noche habita el cuerpo de un varón alto, fornido, tatuado, criminal y adicto a las drogas, lo que realmente no importa, porque en este mundo del futuro —un futuro gris y blanco— el cuerpo no define quién eres —en apariencia—, se cambia como las serpientes cambian de piel. Así que los humanos ya no hacen algo tan ordinario como morir. Claro, siempre y cuando tengan el dinero y los medios para sostener la inmortalidad. Sin embargo, lo único que a ella le preocupa es que su sobrina, teniente de la policía, está muy delgada: “nadie va a respetar a una policía flaca”. Es el 1º de noviembre del año 2384 y en Bay City se celebra la noche de muertos. La teniente Kristin Ortega ha “refundado” a su abuela, pese a la negativa expresada por la familia neocatólica,

¹ El título retoma la famosa y bella frase de Stuart Hall: “Quiero sugerir una metáfora diferente para el trabajo teórico: la metáfora de la lucha, del forcejeo con los ángeles”, en Hall, S. (1992). “Cultural Studies and its Theoretical Legacies”. En Lawrence Grossberg, Cary Nelson y Paula Treichler (eds.), *Cultural Studies*. Nueva York, Routledge, 277-294. Este artículo es parte de la investigación “Humana. Representaciones de la colonialidad de género en medios audiovisuales e industrias culturales contemporáneas”, CESMECA-UNICACH (2019 al presente).

² Todas las citas provienen de la serie *Altered Carbon*, primera temporada, disponible en Netflix, a menos que se indique otra fuente.

y esa simple transgresión ha permitido que la abuela, además de tomar drogas y alcohol, orine de pie por primera vez. “Tal vez debamos tener un único cuerpo, pero ¿por qué debemos sentirnos atrapadas allí?”.

Altered Carbon (Carbono Alterado) —basada en la novela homónima de Richard K. Morgan (2002)— es una serie de ciencia ficción de Netflix creada por Laeta Kalogridis que se estrenó en el 2018. Con una producción impresionante, dos temporadas disponibles y una película en formato animado, da cuenta de un futuro distópico, cyberpunk, donde la muerte es opción, nunca destino. En efecto, en este universo narrativo, las personas que habitan el “Protectorado Interestelar de las Naciones Unidas” —que incluye el planeta Tierra y otros colonizados por los humanos— poseen una pila cortical implantada en la base del cráneo, en la cual se archiva la “mente humana pura”, codificada y almacenada como DHF (*Digital Human Freight*), lo que permite que se transfiera de un cuerpo al otro, con la garantía de que la conciencia y la memoria perviven sin importar si el cuerpo lo hace o no. Así, el cuerpo, ahora llamado “funda”, puede reemplazarse, pero si la pila se destruye acontece la “muerte real”, de la que nadie regresa. Los hechos —desarrollados en la ciudad de Bay City, antigua San Francisco— relatan los efectos de la inmortalidad, es decir, un mundo de miseria donde sólo unos pocos —llamados meths en referencia al personaje bíblico Matusalén— tienen el poder económico y político para dar sustento a la vida eterna, mientras que los demás deben conformarse con las sobras o con la muerte. El mundo de la vida eterna, a diferencia de lo prometido, no es un mundo feliz.

Los meths son ángeles casi literalmente; han ocupado el lugar de Dios gracias a un poder económico, político y racial que les permite tener a su disposición la tecnología que sustenta la inmortalidad. Son personas blancas o blanqueadas por efectos de sus capitales económicos, políticos y simbólicos, siempre vestidas de colores claros y ubicadas en escenarios blancos o tonos pastel; constituyen la superelite de la blanquitud que vive en la impenetrable Aerium, una especie de ciudad en el cielo, lejos del lodo multicultural de la miseria y la pobreza de Bay City. En la lucha por la inmortalidad, los meths les ganaron a los vampiros y a la “Mechi”. Empero, existen resistencias en pugna, ya sea con el objetivo de que las personas vivan lo que Dios tiene destinado para ellas (neocatólicos); para que las muertas y los muertos por homicidio puedan ser refundados y dar testimonio de la verdad de su muerte (Ley 653), o para hacerse de más y mejores fundas. En ese mundo, Takeshi Kovacs —miembro de la resistencia dirigida por Quellcrist Falconer conocida como “enviados”— es refundado 250 años después de su última muerte para investigar el caso del homicidio del meths más poderoso, Laurens Bancroft, de 365 años de edad. Pero *Altered Carbon* rebasa la historia de Kovacs y Bancroft y se transforma en algo más, pues cuando se regresa de la muerte lo primero que se aprende es que, en efecto, en este mundo nada es lo que parece.

Y dado que nada es lo que parece, *Altered Carbon* cuenta otras historias que, con intención o sin ella, hablan de las luchas de las mujeres; de nuestra fuerza para resistir los poderes que todavía nos oprimen; de nuestra comprensión a propósito de que la paz es una ilusión, al igual que la equidad y más aún la igualdad; de que la guerra es lo único que entendemos en un contexto de muerte, y que jamás debemos luchar contra los monstruos solas. En ese sentido, la serie es un mosaico de mujeres poderosas habitantes del sur global en un norte global donde la blanquitud gobierna todo (Garzón, 2020). Ellas buscan, más que una vida sin fin, una vida digna en donde el mundo siga girando, la muerte haga su trabajo y el cuerpo ocupe de nuevo un lugar central como experiencia viva. Y, sobre todo, luchan por narrar su historia, decir su verdad —la verdad—, ya no como un acto de rebelión, sino de revolución, pues la verdad es el “arma” en estos universos patriarcales donde existimos todas, dentro y fuera del *Black Mirror*,³ donde no estamos apresadas, sólo esperamos haciendo creer que nos han atrapado; encontramos la debilidad para destruir nuestra propia debilidad y, así, habilitarnos para pelear con los ángeles desde el fango, como una metáfora que no sólo define el trabajo teórico, también la vida misma y mis propias letras. Algunas de estas mujeres están en primer plano a manera de simple exploración, pero también como confesión de mi deseo, como las notas de mis ideas después de ver la primera temporada de la serie, como invitación a conocerlas, como evocación de nuestro coraje, como espejo en el cual reflejarnos, como misión de rescate para hacernos recordar qué y quiénes somos, por qué luchamos y cómo llegamos aquí.

Aerium: la ciudad por encima de la ciudad

“Dios murió, tomamos su puesto”.
Laurens Bancroft, *Altered Carbon*

¿Quién no quiere habitar en el cielo? ¿Tener una casa en el aire para una misma con un letrero bien grande que diga Ada Luz?⁴ ¿Ser un dios viviente, un ángel al servicio de sí mismo? Aerium es eso: el cielo. Una ciudad que se eleva sobre la ciudad, una ciudad de ricos e inmortales —inmortales por ricos y ricos por inmortales—, iluminada, llena de jardines verdes y manantiales de agua, donde la vida parece no transcurrir, aunque en este universo narrativo eso es lo de menos. Allí habitan los meths, personas —¿en realidad lo son?— que han acumulado suficientes medios para producir y garantizar su inmortalidad, sin importar el costo.

³ Hace referencia a la serie de ciencia ficción distópica británica del mismo nombre, creada por Charlie Brooker y producida por Zeppton para Endemol, disponible en Netflix.

⁴ Hace referencia a la canción colombiana “La casa en el aire”, compuesta e interpretada por el maestro Rafael Escalona.

En la primera imagen de Aerium, en la primera temporada de *Altered Carbon*, aparece la teniente Ortega cuando traslada a Kovacs recién renacido, o sacado del hielo, a “casa” de Bancroft. No, casa no es una buena palabra, lo que se ve es un castillo de color dorado y jardines verdes, custodiado por guardaespaldas, donde se encuentra una de las últimas agujas cantoras: árboles centenarios de otros mundos que poseen en su intrincada arquitectura secretos que ya nadie puede descubrir o tan siquiera imaginar. En el jardín delantero espera Miriam Bancroft, esposa de Laurens, quien viste siempre de blanco con atuendos que permiten apreciar la escultura de su cuerpo. Aerium nada tiene que ver con la oscuridad, la suciedad y el caos de Bay City; desde allí “el desorden de la existencia de los otros no puede ser visto”.

Este cielo es el paradigma de la blanquitud, la cual, como afirmo antes, es constituyente del universo narrativo: un lugar inaccesible, una ciudad que literalmente se encuentra encima de la ciudad, un grupo de dirigentes rectores de la vida y dueños de todo, una sociedad cerrada en sí misma que no permite intromisión y se reproduce bajo un criterio explícito de raza, en tanto lo que sustenta su inmortalidad es representarse como seres superiores, para quienes las leyes no operan, a tal punto que pueden romper cualquiera de ellas sin sufrir castigo, de nuevo, en apariencia. En ese sentido, los meths sólo pueden ser blancos. Blancos no exclusivamente por el color de la piel o por los lugares sociales, políticos, económicos y arquitectónicos que ocupan, más bien por las relaciones de poder que ejercen sobre ellos mismos y sobre los demás, y por la genealogía de despojo que les ha permitido ser quiénes son. Es decir, la blanquitud aquí hace referencia tanto al mundo discursivo, asentado en dispositivos visuales, que provee de sustento a regímenes de poder que operan por clasificación racial (Garzón, 2020), como a las relaciones dictatoriales con sentido biopolítico, a través de las cuales, en prácticas concretas, los meths pueden decidir quién vive en el cielo y quién en el infierno. Y esto es determinante en el universo narrativo, insisto, en tanto Aerium es producto de todas las historias contenidas aquí al punto que, en sintonía con los intereses de este escrito, es posible decir que la blanquitud gobierna todo o casi todo. Y aunque la vida en Aerium debe ser un “paraíso”, no lo es: hay algo, hay alguien que, literalmente, está por encima de Aerium y desata un infierno allí.

¿Cómo estar en este mundo sin tí?

“La victoria tiene muchos significados”
 Quellcrist Falconer, *Altered Carbon*

La niña suele alzar su mirada al cielo del mundo de Harlans y ver una de las varias lunas que embellecen el horizonte. Ésa es su forma de escapar, de olvidar a los

monstruos. Únicamente cuenta con su hermano y con las historias que ambos construyen sobre el horripilante hombre *Patchwork*. Su padre es de aquellos que no “aman a las mujeres”,⁵ las detesta hasta el punto de quererlas extirpar de todos los mundos; empieza con su esposa, a la que asesina y cuya funda desaparece para que no pueda ser hallada jamás. Pero su primogénito toma venganza y lo mata, pues tiene claro que la próxima en morir es la niña que observa las lunas, su hermana. Ella está destinada al dolor, a vivir “un pasado sin fin, un futuro sin fin”, así que las cosas no mejoran con la muerte del padre. Luego del evento, su hermano es reclutado por el Cuerpo de Asalto Táctico Colonial del Protectorado (CTAC, por sus siglas en inglés), y la niña vendida a los Yakuza. Su nombre es Reilenn Kawahara o simplemente Rei, hermana de Kovacs.

De adulta, Rei ya no necesita alzar su mirada al cielo, pues basta con que se asome por alguna de las ventanas de su satélite, equipado con tecnología militar de avanzada, para que vea todas las lunas que desee. Aerium se encuentra, exactamente, debajo de sus pies. De la niña ya no queda nada, sólo el deseo de estar al lado de su hermano y un collar de su madre que lleva consigo siempre. Ella se ha transformado en una mujer fuerte como ninguna, capaz de neutralizar a cualquier enemigo, incluido todo sentimiento, y en guerrera experta. Rei y su Katana son la mejor pareja de la serie sin duda alguna. Pero eso de ser una mujer fuerte tal vez no sea cierto. Rei no es una mujer, es una diosa viviente que da respuestas a sus seguidores, a diferencia de aquellos dioses omnipotentes y omnipresentes que un día se quedaron en silencio; de esta forma gobierna sus vidas. Ciertamente, se ha transformado en una meth: manipuladora, ambiciosa, violenta y cruel... traidora. Deja de ser una “enviada” y se convierte en una meth, lo que transforma su situación de pelear contra la vida eterna a ser una de sus más grandes gestoras, a través de dos empresas que parecen ligadas a lo humano por toda la eternidad: la prostitución y la tortura, sus dos emporios. “¿En qué momento se complicó tanto el mundo?”

De su vida con los Yakuza, Rei aprende dos cosas a punta de violencia, a usar las armas necesarias para resguardar su vida y a mentir, ya que es la única forma de ser fiel a sí misma. Así que es una “sicaria fiable”, pero éste es otro más de sus engaños, pues cuando el destino la enfrenta a su propio hermano, 10 años después de su separación, ella no duda en generar *ipso facto* una alianza que la saca del mundo Yakuza y la inscribe al mundo de la “resistencia”, por amor a su hermano y como respuesta a aquella antigua promesa que en su niñez se hicieron: nunca separarse. Rei no confía en su hermano, pero cree en él (confianza y creencia son dos cosas

⁵ Hace referencia a la primera novela de la trilogía *Millennium*, del escritor sueco Stieg Larsson, publicada en el año 2005.

diferentes y casi nunca van juntas), así que se une a los “enviados”, cuyas insignias de lucha, sin embargo, no la convencen, porque ella desea vivir. Kovacs no entiende tal deseo, a pesar de su sencillez.

La existencia de Rei desde niña siempre se ha dado en condiciones de terrible amenaza, primero por su padre, luego por los Yakuza, y lleva las de perder, ya que no deja de ser una mujer de ascendencia mixta —japonesa y húngara— que, de manera paradójica o no, adopta el apellido de la madre —al igual que su collar—, como recordatorio de lo que no quiere ser: una mujer cuyo destino de muerte sea decidido por un hombre. Por eso Rei pelea, ya sea que acepte lo que se le da —como enviada— o que construya su propio reinado de terror, con el único fin de reencontrarse con su hermano y no separarse jamás, pues: “¿cómo estar en este mundo sin ti?” La violencia daña y ha dañado a Rei; pero también le permite acceder a todos los privilegios de la blanquitud. Así se transforma en una meth poderosa, en el sentido de que es capaz de mover los hilos del poder a su favor, manipular, usar en pro de ella misma el monopolio de la violencia de los inmortales y ubicarse literalmente por encima de Aerium; hacer que el cielo arda en sus propias llamas.

Pero toda gloria termina, pues no hay “mal que dure cien años” o miles. Cuando Rei lucha majestuosa, veo a la pequeña niña que destruye, con mano firme, el mundo y las vidas que la hicieron ser lo que es, que se destruye a sí misma. ¿Miente Rei cuando afirma que desea vivir? La niña convertida en diosa inmortal representa a la guerrera que pierde su senda. Al final, Rei es capaz de blanquear su existencia por completo y acceder a un poder “superior” —las nuevas fundas representan esta situación pues ya no llevan el tatuaje en el rostro que representaba su pertenencia a los Yakuza—, pero pierde la vida en ese proyecto, acontece para ella la muerte real. Al final de cuentas, la victoria tiene muchos significados.

“Ya es suficiente”

“No le temas a los monstruos, haz que los monstruos te teman a ti”.
Hotel Poe, *Altered Carbon*

Está siendo torturada y la han matado de formas inimaginables 100 veces, para traerla de vuelta otras 100; experimenta un dolor terrible y resiste. Ellos esperan que se quiebre, pero no la conocen bien, nadie nunca lo hará. Iphigenia Deme, la “gran guerrera de Adoración”, se levanta en armas en contra de la inmortalidad y se une a los “enviados”, con una fuerza, determinación y valor increíbles. Un día su familia es descuartizada y ella capturada. Sin embargo, sobre Effy no tenemos mayor referencia que ésta —no sabemos, por ejemplo, cómo luce su funda—:

mientras la torturan en busca de información vital, Effy toma lo que se le ofrece. Una vez que sus torturadores se convencen de que no puede más, Effy exige ver a la cúpula militar del Protectorado Interestelar de las Naciones Unidas, pues sólo a ellos les confesará la verdad. Entonces, a ese cuarto hermético donde está amarrada a una cama llegan los 17 mejores oficiales de la CTAC del planeta. Ellos no saben que los miembros de la resistencia les han implantado quirúrgicamente encima explosivos que se activan con la ira. Cuando Effy los tiene a su alrededor se deja llenar de ira y convierte la habitación y los 50 metros cuadrados que la rodean en polvo. Sus últimas palabras antes de la muerte real son: “ya es suficiente”. Effy, como Rei, sabe mentir y hace creer al enemigo que es débil, que se va a quebrar, que está atrapada, hasta que encuentra el momento ideal para transformar todo lo que ella es, aplicar el resumen de un largo entrenamiento en una acción política, inmediata y práctica. Effy comprende a cabalidad que su “funda” no la controla y que su “cuerpo” es el arma —en este punto parece no haber diferencia. En ese espacio del ser, hacer, sentir, la “gran guerrera de Adoración” espera a quienes fueron abandonadas o quedaron atrás, incluso aquellas que están decididas a acabarlo todo. Sabe que llegó la hora no de temer a los monstruos, sino de hacer que los monstruos teman.

La que construye los caminos para Roma

“El odio hacia la injusticia es universal;
sin embargo, la capacidad de contraatacar no lo es”.
Quellcrist Falconer, *Altered Carbon*

Ella mira hacia las estrellas. Alguna vez quiso recorrerlas todas, conocer a qué saben. Exploradora nata, se da cuenta de que una vida no es suficiente para tal aventura, así que construye un milagro: la inmortalidad. Entonces, una inhalación se transforma en la suma de pasos incontables, sin fin ni tiempo, únicamente el transcurrir de la existencia. Pero algo no calcula: no importa cuán profundo te aventures en las estrellas, los peores monstruos siempre están contigo. Por ello, cada vez que dirige su mirada al cielo ella sabe que, en vez de libertad, crea esclavitud: construye los caminos para Roma.

Roma es una ciudad de pastores refugiados que se convierte en el imperio más poderoso de la antigüedad eurocéntrica por sus caminos, que son la tecnología que permiten al ejército conquistar y colonizar. Así que el gran “descubrimiento” de la exploradora nata —la posibilidad de guardar la mente en estado puro en una pila que ya no depende de un cuerpo para funcionar— no la lleva al cielo, sino al infierno. ¿Qué haces cuando tus sueños se convierten en pesadillas, cuando tu genialidad es usada por el opresor? Sólo tienes una opción: te conviertes en la fuerza de batalla

más grande producida en toda la galaxia. Y eso mismo hizo ella: Quellcrist Falconer. No, no es una simple revolucionaria en un mundo del futuro donde sólo unos pocos pueden pagar la inmortalidad. Falconer es, en sí misma, revolución por su propia genealogía, lo que añade un componente cardinal a la historia. Indudablemente, es una heroína como pocas: mujer negra —o que ha elegido usar una “funda” negra— cuya base de pelea es la capoeira, lo que implica la reivindicación a las luchas de las mujeres del sur global. En su caso, la máxima en este universo de “tu cuerpo no te define” no aplica, ya que ella lucha por cuerpos, no por fundas, cuya única certeza real sea la muerte... al fin y al cabo 100 años de soledad es mucho tiempo para todas,⁶ suficiente para hacer y rehacer. Así, el cuerpo de Falconer, la funda que ha decidido habitar, la define por completo y también a su lucha. En consecuencia, lleva sobre su espalda el peso del futuro de la humanidad, no en términos de vida y muerte, sino de vida limitada, en tanto regresar de la muerte es una “mierda cada maldita vez” pues, al fin y al cabo, no deberíamos estar aquí.

La gran “enviada”, además, sabe que “el odio hacia la injusticia es universal; sin embargo, la capacidad de contratar no lo es”, por lo que convoca un ejército, un equipo capaz de resistir, y lo entrena con el objetivo de destruir los caminos que ella misma ha edificado. Su fuerza es su propia manada. Sagaz, Falconer entiende que nada es lo que parece, que no debe esperar nada, porque así se prepara para todo; que esta guerra, como todas las guerras, se debe ganar ganándole no al jugador sino al juego, y que no importa qué tan lejos llegue, más bien la fuerza con la que avance. Sobre todo, Falconer sabe que la historia la escriben los vencedores —con “o” de macho— que intentan matar el recuerdo de los vencidos, borrar sus existencias para siempre. Táctica bien conocida en estos territorios jaguaras. A pesar de todo, la gran “enviada” nunca pierde concentración, tampoco humildad, y mucho menos humanidad, pues todavía es capaz de amar al grado de que ese amor suyo por Kovacs amenaza la misión al igual que la salva.

En efecto, Falconer se atreve a romper sus propios postulados de acción y se da la oportunidad de enamorarse. Elige a Kovacs, un hombre que en el pasado fue su enemigo y que ahora es su aliado, de origen birracial, que opta, a diferencia de su hermana Rei, por llevar el apellido del padre maltratador también a manera de marca, como su hermana hace con el apellido de la madre, que le recuerda, en especial, lo que no desea para sí. Entonces, se configura una pareja interracial que lidera la revolución en contra de la vida eterna, lo cual no deja de ser una propuesta interesante pero poco subversiva en tanto que la heterosexualidad

⁶ Hace referencia a la novela del mismo nombre, escrita por Gabriel García Márquez y publicada por primera vez por la editorial Sudamericana en 1967.

como sistema político opera de forma determinante aquí, a la manera del amor romántico. Ya lo sabemos.

Ahora bien, parece, por una parte, que la masculinidad, unida a la “gota de sangre” blanca que posee Kovacs —y que se reafirma cuando se le asigna una funda “blanca” luego de su última muerte—, le da el privilegio de acceder a todo lo construido por los “enviados”: conocimiento, entrenamiento, familia e ideales políticos. Y, por otra parte, parece que esa misma “gota de sangre” unida a la heterosexualidad obligatoria determina la derrota de la resistencia en la batalla de Stronghold, pues gracias a un momento de pasión, Falconer y Kovacs logran sortear el ataque enemigo, al mismo tiempo que se consolida el odio de Rei hacia Falconer, perentorio en este punto. Al final, otro juego binario de la blanquitud: Kovacs y Rei sobreviven, pero Falconer muere. Y otro juego binario de la heterosexualidad: Kovacs intenta salvar a Falconer por amor a ella, mientras que Rei intenta matarla por amor a él. “No se trata de una amenaza, es la pregunta sin respuesta” o, en otros términos, la pregunta silenciada: ¿por qué la pareja erótica que impulsa la lucha por una existencia diferente no es entre Rei y Falconer?

En el presente narrativo Falconer sólo es un recuerdo, una leyenda construida desde la nostalgia de Kovacs y el rencor de Rei; una figura de museo cuya narrativa institucional la convierte en un personaje malvado, un fetiche para la exploración arqueológica. Han pasado muchos años desde la resistencia de los “enviados”, hoy extinta, y en estos nuevos mundos emergen otras preocupaciones, pero no otras relaciones de poder. En el nuevo escenario, en cierto sentido, el lugar de Falconer es ocupado por la teniente Ortega, mujer latina, de familia mexicana, quien asume la responsabilidad de poner “límites” a la inmortalidad, pero no con la vida limitada, sino con el peso de la ley. Ortega también ocupa, en cierto sentido, el lugar de Falconer en el corazón de Kovacs, quien no se rinde ante un nuevo amor, sólo ante su propia soledad. Pero Falconer sigue presente, activamente presente, cumpliendo el papel que decide asignarse a sí misma: orientar la resistencia, terminar la misión. La sumatoria entre presente y pasado, escenarios a través de los cuales se mueve la trama, da como resultado el mundo de Bay City, representado como multicultural lejos de una apuesta política celebratoria —considero yo—, más bien como la condición de posibilidad de Aerium.

Así, entre la vida y la muerte, el olvido y la memoria, Falconer sobrevive y, con ella, todo lo que representa: una coalición antirracista frente a la blanquitud, la pelea desde el fango con los ángeles. De ahí la imagen de su muerte: cuando intenta escapar de la batalla de Stronghold —menos una batalla y más una emboscada— usando como vía de evacuación el mismo cielo, su nave explota. La funda de aquella que inventó los caminos hacia las estrellas parece ser nuevamente derrotada por medio de un poder blanco —representado por Rei y su traición—. Falconer no puede ascender

al cielo; por extensión, no puede luchar con los ángeles. ¿Realmente está muerta? ¿La exploradora de las estrellas ha quedado enterrada en esas mismas estrellas? Más allá de la “muerte real”, Falconer construye otros caminos haciendo un hueco en el interior para pasar a la “siguiente pantalla”, con lo que deviene huella y memoria; con la consciencia de que siempre “la paz es una ilusión y rendirse puede ser tan salvaje como un ataque”. El legado de la fuerza de batalla más grande producida en toda la galaxia es uno: es hora de contratacar y hacer de esta capacidad una universal.

Que los monstruos teman

“En su esencia, la violencia es de una u otra forma personal”
 Quellcrist Falconer, *Altered Carbon*

“Se llevaron a mi mamá porque robó las estrellas del cielo. Le arrancaron el alma por los ojos y la congelaron. Ahora se la pasa dando vueltas... una bailarina en el hielo. Tiene hielo en el cabello”, repite una y otra vez Elizabeth Eliot, Lizzi, tirada en el suelo, abrazando a una muñeca, vestida de blanco, en un escenario gris y húmedo. Siente frío y eso la atormenta. Quedó refundida en un mundo virtual después de ser torturada, pues era la única forma de preservar su “mente humana pura” y evitar la muerte real. Allí no hay luz y los monstruos convierten su interior en rojo —metáfora de un hijo que le hicieron perder—. Cada vez que es revivida, en un intento por sacarla de ese mundo virtual, su consciencia se daña más y más. Enloquece. ¿Tiene Lizzi una oportunidad? Es posible que no, pues su “pecado” es uno inconfesable con consecuencias imposibles. No obstante, presente y pasado se funden en su existencia y abren una posibilidad de futuro.

Lizzi es una joven negra, habitante de Bay City, que tiene contacto, en virtud de su trabajo como prostituta, con una parte importante del mundo de los meths: Laurence Bancroft. Sin embargo, para ella esto no implica privilegios, sino todo lo contrario, porque mediante ese contacto —dadas las condiciones de subalternidad que representa su trabajo en la prostitución y la violencia de Laurence— Lizzi queda embarazada de un “retoño” que ella desea conservar. Sin planearlo, usurpa un lugar que no le corresponde: el de Miriam Bancroft, y eso determina su tortura, agenciada por Rei, porque en el régimen de la blanquitud sólo las esposas “legítimas” de los hombres blancos pueden ejercer la tarea biopolítica, moral y social de reproducir ese mismo orden (Garzón, 2020). En ese sentido, Miriam es tanto una incubadora —“los hijos son míos”— como un objeto sexual —de ahí su apariencia y las transformaciones químicas que han sufrido sus fundas—. Entonces, para ella ser meth depende de que nadie más pueda darle hijos a su marido, sobre todo eso.

Existe otro detalle: al quedar embarazada del meth más poderoso, Lizzi es portadora de un “retoño” mestizo que no sólo rompe el tabú del mestizaje, tan

preciado para la blanquitud, sino que amenaza el lugar del primogénito Bancroft, de quien su padre sospecha todo el tiempo por considerarlo poco apto para encargarse de los negocios familiares y por haber construido una fuerte alianza con la madre. En consecuencia, ese embarazo no puede llegar a su fin, y así es. Muy lejos de la historia de Lizzi se encuentra la historia de los enviados, de Falconer, de Rei y Kovacs. Sin embargo, no están tan lejanas en realidad, pues a través de Lizzi, de su desgracia y sufrimiento, se reactiva la posibilidad de una nueva lucha contra los meths:

—Sé de algo que podría ayudarle —dice Poe y continúa—: ¿le gustaría golpearme?

—No quiero hacerle daño —responde Lizzi.

—No lo hará —afirma Poe—. Comprenda que hago esta oferta porque no siento dolor. No son los enemigos quienes nos vencen, es nuestro miedo. No les tema a los monstruos, señorita Elizabeth. Haga que ellos le teman a usted.

Y Lizzi golpea.

Poe, el hotel virtual obsesivo con sus clientes, es elegido para tratar a Lizzi por medio de psicocirugía virtual: una forma de terapia basada en el entrenamiento de defensa personal, es decir, combate cuerpo a cuerpo, a mano vacía o con armas. Es una apuesta riesgosa pero funciona. En su cárcel virtual, Lizzi entrena y con cada puño o patada cura una herida y encuentra un motivo. Allí el tiempo no pasa, no como en Bay City o Aeriium, lo que le da la oportunidad de volverse una experta. A punta de determinación y disciplina, con la guía de Poe, Lizzi se transforma en guerrera y retoma la senda que Rei perdió, también la fuerza del legado de Falconer. Y cuando debe decidir, decide, cuando debe golpear, golpea. En el enfrentamiento final, Lizzi es determinante, pues sus acciones provocan la caída del imperio de Rei y el castigo, a través de la “ley” de la teniente Ortega, de Miriam Bancroft, acusada del homicidio del bebé de Lizzi y de complicidad en su tortura. De esta manera la resistencia tiene una segunda oportunidad de advertir a los inmortales que el otoño de los dioses ha empezado y la era de los aventureros ha terminado, pues si “en su esencia, la violencia es de una u otra forma personal”, la defensa frente a esa violencia también lo es.

La era de los aventureros —con o— ha terminado

“¡Empieza el matriarcado!” es una de las frases más populares de la serie española *La casa de papel* (Pina, 2017), enunciada por Nairobi, experta falsificadora, la cual se hizo viral en la conmemoración del 8M del 2018 en España (*El Mostrador Braga*, 2018). Este hecho llama la atención en el sentido de que es producto de la apropiación

por parte de las consumidoras y televidentes de las representaciones de las mujeres y sus luchas, puestas en escena en varias series de Netflix. Ahora ya no estamos frente a heroínas excepcionales gracias a sus superpoderes o mutaciones, sino frente a mujeres —muchas de ellas racializadas— que han hecho consciencia de su ser sujetas de la historia y han asumido esa responsabilidad en diferentes universos narrativos. Así, series como *Orange is the New Black* (Kohan, 2013), *Glow* (Kohan, 2017), *Las chicas del cable* (Campos, 2017), *Grace and Frankie* (Kauffman y Morris 2015), *She's gotta have it* (Lee, 2017), *Muñeca Rusa* (Headland, Babbit y Lyonne, 2019), *La Mantis* (Chegaray-Breugnot, 2017), *Girl from Nowhere* (Grammy, 2018), *Cosita mais linda* (Cedroni y Roth, 2019), *Anne with an E* (Walley-Beckett, 2017), tienen el potencial de convertirse en manuales de resistencia, emancipación y transformación, porque la televisión vía *streaming* no deja de ser una institución social productora de sentido (Sandoval, 2013).

Entonces, cuando mires las estrellas recuerda que existen guerreras que combaten a los monstruos que llevas dentro, y que ya es hora de conocerlas, como es momento de conocerte a ti misma y saber que eres tu mejor arma. Así que busca una pantalla negra y enciende la televisión, porque la historia de la que construyó los caminos para Roma la vamos a reescribir nosotras, aquí y ahora, ya que nos pertenece, así como nos pertenecen la vida y la muerte, los caminos y las estrellas. Por eso “haz un cambio; acepta lo que se te ofrece; termina la misión...”.

Referencias

- El Mostrador Braga (2018). “¡Empieza el matriarcado!: la frase de Nairobi en la segunda parte de *La Casa de Papel* que se hizo viral durante el 8M”. Braga: El Mostrador, <https://www.elmostrador.cl/braga/2018/04/07/empieza-el-matriarcado-la-frase-de-nairobi-en-la-segunda-parte-de-la-casa-de-papel-que-se-hizo-viral-durante-el-8m/>.
- Garzón Martínez, María Teresa (2020). *Blanquitud. Una lectura desde la literatura y el feminismo descolonial*. Bogotá: en la frontera. .
- Sandoval, Luis Ricardo (2013). *Medios, masas y audiencias: lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia: Universitaria de la Patagonia, EDUPA.

BUSCAR

CONSUMO MEDIÁTICO, LOCALISMOS Y COSMOPOLITISMOS: LA SERIE BRASILEÑA *COISA MÁIS LINDA*

Simone Luci Pereira
Clarice Greco
Gustavo Souza

Introducción

En el campo de la comunicación, la discusión sobre consumo mediático establece un diálogo importante con las Ciencias Sociales. En esta perspectiva, el consumo comprende las lógicas implicadas en las prácticas de producción y recepción de materialidades e imaginarios en las que productos, símbolos y marcas son vistos en su dimensión simbólica y cultural. Esto ayuda a crear distinciones y sistemas clasificatorios, estilos de vida e identidades que funcionan como vector de formas de inserción, pertenencia y ciudadanía (García Canclini, 2004; Douglas e Isherwood, 2004; McCracken, 2003).

En tal contexto, las empresas multinacionales mezclan las fronteras entre lo nacional y lo global al comercializar productos de culturas diversas. Es el caso de Netflix, productora y distribuidora de contenidos audiovisuales vía *streaming*, de origen estadounidense, que ha consolidado transformaciones en los modos de consumo y circulación de películas y series que intercalan lo global (con la transmisión de productos extranjeros) y lo local (por medio de la producción nacional propia).

En Brasil, la oferta de contenido nacional de Netflix explora temas de la cultura local, pero también con el objetivo de tener un público internacional. Es el caso de la serie *Cosa más linda* (*Coisa mais linda*, en portugués), que intercala elementos de la cultura brasileña —como la *bossa nova*, la rivalidad entre Río de Janeiro y São Paulo y el culto a Yemayá— con temas universalizables, como la desigualdad social y el papel de la mujer en la sociedad. Con este fin, la serie hace uso del escenario de la década de 1950 para tratar temas actuales y recurre al pasado para referirse al presente.

Consumo mediático: entre cosmopolitismos y localismos

García Canclini (2004), al extrapolar la idea de la necesidad e instrumentalidad de los bienes, desarrolló una conceptualización importante sobre el consumo cultural. De acuerdo con el autor, este concepto puede entenderse vinculado a los procesos generales de apropiación y uso de los productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso e intercambio. A partir de esta noción de consumo cultural, Toaldo y Jacks (2013) conciben el consumo mediático como vertiente del consumo cultural, específicamente articulada al uso y a las apropiaciones de la producción cultural mediática, ya sea de los grandes medios —televisión, radio, periódicos, revistas, internet, sitios web, blogs, celulares, *tablets*— como de los productos/contenidos ofrecidos por estos medios —telenovelas, películas, noticias, series, canciones, videoclips, información, entretenimiento, etcétera—.

Esta noción de consumo mediático orienta nuestra manera de pensar sobre los usos, las apropiaciones y las lógicas comerciales e institucionales de consumo de Netflix en la actualidad, en tiempos de la cultura de convergencia (Jenkins, 2008). Resulta importante comprender cómo los sujetos consumen los medios de comunicación (en este caso los digitales), a través de qué soportes, cuáles productos/contenidos eligen, de qué maneras los utilizan en la cotidianidad y en qué contextos se involucran con ellos (lugares, maneras, rutinas), ya que esto afecta la experiencia de consumo y las impresiones que los individuos tienen de sí mismos, de la sociedad y del mundo. Entendemos, entonces, el consumo mediático como una dimensión importante para comprender procesos sociales, culturales, económicos, políticos y afectivos más amplios.

Según Castellano y Meimaridis (2018), existen hoy variadas posibilidades de acceso al consumo televisivo, desde la recepción tradicional de TV por señal abierta hasta sistemas de *streaming* (en los que ubicamos a Netflix), lo que hace posible la construcción de múltiples regímenes de espectadorialidad para la TV y las series, y crea temporalidades paralelas en el consumo y en los usos de un mismo producto cultural. Esta característica se acentúa y se muestra explícitamente en el consumo de ficción en serie, formato que, de acuerdo con las autoras, parece sufrir mayor impacto con los nuevos modelos tecnológicos de producción y distribución, que conllevan formas de consumo como los maratones de series —o *binge watching*— cada vez más populares. El hecho de que los productores de Netflix hayan adoptado estrategias tales como poner a disposición temporadas enteras de una serie de una sola vez en el servicio *streaming* favorece consumos mediáticos o formas de recepción que pueden ser tanto episódicos (como en los formatos tradicionales de TV) como colectivos —en comunidades de fans—, individuales o en maratones. Tales formas de recepción y de consumo implican maneras diferenciadas de fruición y

apropiación, motivo por el cual se destacan como objetos analíticos de importante comprensión en la cultura mediática.

Con estas nuevas dinámicas de producción, circulación y consumo en los medios digitales, se esboza lo que Silva (2014) llama “cultura de las series”: el resultado de la intensa actuación y articulación de nuevas dinámicas espectatoriales reunidas en torno a tres vectores: 1) el desarrollo de nuevos modelos narrativos en el marco de la reconfiguración de modelos clásicos vinculados a géneros establecidos, como el *sitcom*, el melodrama y el policial; 2) el *contexto* tecnológico en torno a lo digital y a internet, que ha impulsado la circulación de las series a nivel global más allá del modelo tradicional de circulación televisiva; 3) las formas de *consumo* de estos programas, tanto en la dimensión espectatorial del público (comunidades de fans, estrategias de adhesión), como en la creación de espacios noticiosos y críticos enfocados en las series de televisión. Según Silva (2014), los nuevos modos de distribución de series y otros contenidos han provocado que gradualmente se deje de hablar de exportación para hablar de circulación de productos televisivos:

(...) en un primer momento, puede parecer el simple cambio de un paradigma industrial del capitalismo (en el que los bienes materiales ocupan el grueso de los beneficios) a un capitalismo posindustrial, cognitivo, en el que los bienes simbólicos y culturales circulan transnacionalmente con más fluidez, en un circuito virtual extremadamente complejo e intrincado. No se puede afirmar aquí la superación —al menos inmediatamente, como los datos culturales y económicos indican— de un modelo de televisión nacional y en flujo, en aras de un modelo transnacional y en red. Esta superación, si ocurre o cuando ocurra, será fruto de un largo y matizado proceso de disputas materiales y simbólicas (2014: 247).

En este sentido, el consumo de series no se restringe a comunidades de fans configuradas en torno a obras específicas, sino que apunta a una formación de repertorios que se muestran en lógicas espectatoriales transnacionales y cosmopolitas. Como lo recuerda Appadurai (2004), en la modernidad tardía las migraciones y la comunicación electrónica ponen en circulación un flujo de personas, imágenes, imaginarios, subjetividades, finanzas y materialidades que alteran lo que él denomina “obra de la imaginación” global y mediática. Ésta, a su vez, puede servir como lugar de negociación y cuestionamiento entre las formas globales de vida y las experiencias locales de modernización.

Se conforman así comunidades de sentido, gustos y estilos de vida más allá de los límites del Estado nación, mediante las formas de *consumo* cultural (García

Canclini, 2004) o mediático, donde se articulan, se entrecruzan y negocian espacios de diferentes gustos, lógicas, imaginarios y experiencias locales/globales. La cultura de las series, conectada a una “telefilia transnacional” (Silva, 2014), parece materializarse en este contexto señalado por Appadurai, en el cual los flujos de imágenes, textos y sensaciones mediatizados contribuyen a la construcción de nuevos órdenes de producción de subjetividades, identidades y pertenencias. Se trata de cosmopolitismos que se consustancian en el consumo de series (en sus imaginarios, materialidades, experiencias accionadas) y desplazan el debate de la idea de que las formas de vida cosmopolitas se vinculan únicamente con los desplazamientos concretos. Más bien, estas formas estarían antes mediadas por una disposición mental (Hannerz, 1990; Delanty, 2008), en formas de manejar y negociar sentidos que revelan formas de involucrarse con el Otro.

Así, es necesario que las tecnologías sean comprendidas no sólo en sí mismas, sino en los usos que hacemos de ellas en la cotidianidad, los cuales alteran *sensoriums*, sensibilidades, maneras de estar juntos y formas de identificación individual y colectiva, entre otros aspectos. Martín-Barbero (2004), en una apropiación de las lecturas de G. Simmel y W. Benjamin sobre la experiencia de la Modernidad, ofrece la noción de tecnicidad como un (des)organizador perceptivo, en referencia al estatuto social y cultural de la técnica. El autor escapa de un análisis meramente instrumental, pero comprende las técnicas en aquello que modifica o altera los saberes, los modos de sentir y pensar.

El consumo mediático vinculado a las series de Netflix apunta hacia este contexto cultural y tecnológico *sui generis*, en el que la facilidad de encontrar y ver series de muchos lugares del mundo, inclusive de otras épocas, señala nuevas formas de espectadorialidad, temporalidades y espacialidades. Esto hace posible que veamos “cualquier cosa, a cualquier hora, en cualquier lugar”, eslogan de Netflix del cual nos recuerda Saccomori (2015), y que alude a un catálogo virtual de millones de horas de contenido audiovisual, casi una *audiovideoteca infinita*, para recordar la biblioteca infinita y laberíntica de J. L. Borges. En esta *audiovideoteca infinita*, nos situamos frente a pantallas conectadas a “innumerables *hiperlinks* [que] apuntan hacia un ambiente multitareas y multiplataforma ante el cual redimensionamos nuestra atención y nuestras funciones espectatoriales” (Silva, 2014: 248).

Canciones, series, videoclips y memorias de la vida social y cultural juegan en una coreografía de sentimientos y pertenencias; como mediadores entre pasado, presente y futuro; o entre palimpsestos e hipertextos, para retornar a la bella metáfora de Martín-Barbero. En este *entrelugar* esbozado por el autor, las subjetividades vinculadas a las tecnicidades comunicativas deben analizarse con atención, pues traen importantes aspectos para reflexionar sobre la articulación compleja entre prácticas de consumo, gustos colectivos y demás aspectos de

la vida cotidiana. Al mismo tiempo, éstas ayudan a construir “comunidades hermenéuticas de interpretación” (Martín-Barbero, 2004) que corresponden con nuevos modos de percibir y narrar las identidades y sus respectivas formas de atribución de sentido al mundo.

Brasil: un mercado de ficción nacional

La iniciativa de Netflix de producir series nacionales es una estrategia de expansión de fronteras y conquista de nuevas audiencias. En Brasil, las series originales de Netflix se unen a un historial de creciente nacionalización de la producción televisiva brasileña, aunque bajo la influencia del modelo estadounidense. Los modelos de medios de comunicación y entretenimiento de un país son siempre el resultado de un conjunto de razones culturales, políticas y técnicas. En el caso brasileño, tenemos como medio de comunicación primordial la televisión. Esta centralidad tiene raíces en el modelo estadounidense de televisión privada y generalista que exportó a Brasil programas, formatos y tecnología.

A lo largo de los años, sin embargo, la televisión brasileña ha transitado por un proceso continuo de nacionalización de su producción. A pesar de intentos de apertura a la importación, la ficción televisiva brasileña ha contado con un creciente índice de nacionalización, en la medida que ha expandido el mercado interno. Así, ha estimulado la formación de una capacidad de televisión nacional que ha desarrollado no sólo una vasta producción, sino también una apropiación peculiar del género (Lopes, 2004).

La “brasilidad” de la TV se hizo perceptible desde la década de 1980,¹ y llamó la atención de investigadores como Straubhaar (1984). Este autor hizo un diagnóstico del escenario televisivo brasileño, en el cual contrapuso la realidad de Brasil a la suposición de que países del Tercer Mundo serían dependientes de los sistemas de las naciones más desarrolladas, con importación de programas o financiamiento extranjero. Pero la ficción televisiva brasileña no sólo se produce nacionalmente, sino que también se exporta a otros países.

Culturalmente, la centralidad de la TV también influencia el contenido exhibido y, consecuentemente, el hábito de consumo de los telespectadores. Borges afirma que la televisión “se presenta como el espejo de la sociedad, o sea, la sociedad se ve a través de la televisión, pues ésta le ofrece una representación de sí misma” (2008: 7). La televisión refleja a la sociedad y, al representarla,

¹ A inicios de la década de 1980, cerca de tres cuartas partes de la programación ficcional de la TV ya era nacional, y en el 2012 ese índice llegó a 100% (Lopes y Orozco, 2013).

genera un lazo que une a todos aquellos que la ven simultáneamente. Este lazo social se promueve en países con fuerte cultura televisiva, especialmente por la teledramaturgia. América Latina destaca en particular debido a la fuerte representación de la televisión en la sociedad y a la importancia de la ficción televisiva en la cultura. Tal importancia está fuertemente relacionada con la economía de la industria de la televisión, pero también con la relevancia cultural que ha adquirido a lo largo del tiempo.

De acuerdo con Lopes (2003), la ficción televisiva brasileña tiene el poder de sintetizar el imaginario de una nación, o de expresarse como *nación imaginada*. Esta nación imaginada refuerza la expresión “comunidad imaginada” utilizada por Anderson (1983) para describir la emergencia de los Estados nacionales en la Europa del siglo XIX, que él asocia con la consolidación del sentimiento de pertenencia a una comunidad imaginada. La audiencia forma, por lo tanto, una comunidad con conceptos y premisas que controlan la aceptación del contenido televisivo, el cual debe, a su vez, enmarcarse en estos valores.

A pesar de tener un público distinto del de la TV abierta, Netflix en Brasil se propone ofrecer ficción televisiva para un público que entiende del asunto. La población brasileña, al haber acompañado la evolución de las telenovelas y miniseries desde su surgimiento, “fue educada” para la ficción televisiva. Por ello, Wolton (1996) afirma que el público brasileño es especialista en TV, del mismo modo que Benjamin (1985) describió al público con relación al deporte, al involucrarse y emitir opiniones inclusive sobre los preceptos técnicos.

Netflix irrumpe, por lo tanto, en un mercado en el que la ficción televisiva es predominantemente nacional. Esto no contradice, naturalmente, el éxito de las películas y las series extranjeras ofrecidas por la plataforma, pero señala la importancia de analizar tales producciones bajo la óptica de una cultura televisual. En este sentido, Netflix no trae nuevos productos, sino más bien reincidencias del más clásico producto cultural brasileño bajo una nueva forma de consumo.

Netflix en Brasil

Brasil fue el segundo país en recibir los servicios de *streaming* de Netflix fuera de los Estados Unidos. La empresa —que comenzó como sitio web dedicado al alquiler de videos *online* y pasó a ofrecer *streaming* en 2007— funcionó únicamente en territorio estadounidense durante mucho tiempo. La primera oferta internacional se dio en el 2010, cuando ofreció sus servicios de *streaming* en Canadá, y en el 2011, cuando se expandió al mercado latinoamericano. Brasil fue el primer país de América Latina en inaugurar la oferta por *streaming* y, por lo tanto, el segundo del mundo. Al inicio, sin embargo, la empresa enfrentó dificultades, toda vez que existía —y aún existe— una gran brecha digital en Brasil.

Con el pasar de los años y el crecimiento del consumo *on demand*, Netflix ha ampliado su audiencia. La empresa no divulga oficialmente el número de suscriptores fuera de los Estados Unidos, pero según Erik Barmak, vicepresidente de contenido internacional de Netflix,² Brasil está entre los tres mercados más grandes. Se estima que los brasileños representan de 6% a 7% de los 117 millones de suscriptores en el mundo, lo que totaliza aproximadamente ocho millones de suscriptores en el país. Con la creciente audiencia, Netflix ha percibido este mercado fecundo y ha comenzado a invertir en producciones originales. El ejecutivo afirmó también la percepción de la demanda de los brasileños de más contenido nacional.³

La primera serie de ficción brasileña producida por Netflix fue *3%*, lanzada en noviembre del 2016, con una segunda temporada en el 2018, una tercera en el 2019 y una cuarta temporada confirmada para 2020.⁴ La narrativa transcurre en un futuro distópico en el que 97% de la población vive en la miseria; todos los años hay un proceso de selección para que los jóvenes se unan al 3% que vive en confort.

En el 2018, el mismo año de estreno de la segunda temporada de *3%*, Netflix lanzó dos nuevas series brasileñas. En marzo estrenó *El mecanismo (O mecanismo)*,⁵ cuya trama se inspira libremente, según su director José Padilha, en la operación *Lava-Jato*.⁶ En junio lanzó *Samantha*,⁷ que cuenta la historia de una excantante y presentadora infantil que pasa su vida adulta en una decadente búsqueda de fama.

Cosa más linda es, de tal forma, la cuarta serie producida en Brasil. La trama transcurre en el Río de Janeiro de los años 1950 y cuenta la historia de la paulistana⁸ María Luíza y sus tres amigas. Hija de hacendados, migra a Río de Janeiro para abrir un restaurante con su marido, pero éste la estafa y huye con todo su dinero. Después, ella decide abrir un bar donde la *bossa nova* es el

² “Brasil já está entre os três principais mercados da Netflix”, entrevista com Erik Barmak, vicepresidente de contenido internacional Netflix, *O Estado de São Paulo*, 15 de mayo del 2018.

³ “O brasileiro quer assistir a mais séries nacionais”, entrevista com Erik Barmak, vicepresidente de contenido internacional Netflix, *O Estado de São Paulo*, 20 de mayo del 2018.

⁴ *3%*, creación: Pedro Aguilera; dirección: César Charlone, Daina Giannecchini, Dani Libardi y Jotagá Crema; producción: Boutique Filmes.

⁵ *O Mecanismo*, creación: José Padilha y Elena Soarez; dirección: José Padilha; producción: Zazen Produções.

⁶ Operación *Lava-Jato* (en portugués: autolavado) es el nombre de una serie de investigaciones de corrupción puesta en marcha por la Policía Federal de Brasil a partir del 2014, con el objetivo de determinar un mecanismo de lavado de dinero que movilizó miles de millones de reales en coimas.

⁷ *Samantha*, creación: Felipe Braga; dirección: Luís Pinheiro y Julia Jordão; producción: Los Bragas.

⁸ Gentilicio usado para los habitantes de la ciudad de São Paulo, en contraste con el término *paulista* usado para denominar a los habitantes del estado de São Paulo.

estilo musical principal.⁹ Maria Luiza se hace amiga de Adélia (Pathy Dejesus), empleada doméstica, negra y madre soltera. Lígia (Fernanda Vasconcelos), amiga de infancia de Maria Luiza, sueña con ser cantante, pero como está casada con un político que ambiciona candidatearse a la alcaldía de Río de Janeiro, desiste inicialmente de su sueño. También está Thereza (Mel Lisboa), cuñada de Lígia, periodista de la revista *Ángela*, dirigida al público femenino. El título *Cosa más linda* es un homenaje a la canción homónima de João Gilberto y Tom Jobim, de 1959. Aunque la presentación de la serie sea la temática de la *bossa nova*, la trama aborda más el esfuerzo de reconocimiento de estas mujeres —con aciertos y fallas— que propiamente el contexto musical de la época.

Con su apuesta al éxito de estas producciones originales, Netflix ha anunciado por lo menos otras seis nacionales de ficción para los próximos años: *O Escolhido*, *Cidades Invisíveis*, *Ninguém Tá Olhando*, *A Facção*, *Spectros* y *Sintonia*.¹⁰ Hay también series documentales como *Vai, Anitta*, y la animación para adultos *Super Drags*. Los sucesivos anuncios de nuevas producciones muestran su probable rentabilidad en mercados internacionales.

A pesar de que Netflix es una plataforma de *streaming*, servicio que ha sido referencia en discusiones teóricas sobre el avance y los cambios tecnológicos y culturales que atraviesa nuestro universo mediático, es posible identificar la estrecha relación de las producciones de Netflix con el contenido televisivo habitual en Brasil. Así como las telenovelas y series de la mayor emisora del país, la Rede Globo, los géneros de las series varían entre drama, suspenso y policial. No obstante, todas

⁹ La *bossa nova* es un género musical surgido en Brasil en el intercurso de los años cincuenta y sesenta, que mezclaba elementos de la samba, armonías e improvisaciones del jazz y elementos de la música académica. Se caracteriza por un ritmo sincopado oriundo de la *samba*, melodías con notas cercanas, articuladas a letras con un estilo coloquial de habla cotidiana y armonías complejas venidas del jazz. Además de ello, la *bossa nova* también se articuló a un movimiento que abarcó los comportamientos y estilos de vida de las capas socioeconómicas medias de Río de Janeiro, expresado en la vida en apartamentos cerca del mar, formas de comportamiento más libres y juveniles, y la valorización de los ambientes y emociones diurnas y solares. Todo ello surgió como un movimiento estilístico y cultural más amplio, que correspondía a una modernidad ansiada por las ciudades hegemónicas y litoráneas de Brasil (Río y São Paulo) como símbolo de internacionalización y cosmopolitismo. Así, la *bossa nova* adquirió en la memoria histórica y social brasileña un estatus relevante de parteaguas, en tanto habría “roto” con la tradición de la samba e introducido innovaciones armónicas y “modernas” del jazz estadounidense. Se creó un cierto “mito” alrededor de este género musical y de la época de su surgimiento, las décadas de 1950 y 1960, como los “años dorados” de Brasil. Esta idea se propagó internacionalmente, lo que convirtió la *bossa nova* y Río de Janeiro (su lugar de origen) en postales de una cierta “brasilidad” que sabemos que es hegemónica y encubre diversidades (Pereira, 2004).

¹⁰ Hasta marzo del 2019.

hasta el momento presentan características del melodrama, género tradicional de la TV brasileña. Además, los papeles protagónicos de las producciones originales de Netflix han sido interpretados por actores que ya pasaron por las telenovelas de la Globo, lo cual contribuye poco con la diversidad de actores y autores en los contenidos audiovisuales. En otras palabras, las series brasileñas originales de Netflix refuerzan el *statu quo* monolítico de la producción brasileña.

Hay que resaltar también la aspiración de la empresa de conquistar audiencia en otros países. La ficción televisiva es objeto de exportación desde hace años y ha consolidado, en consecuencia, un público internacional. Para ello, Netflix parece invertir en narrativas con temática brasileña pero que puedan ser reconocidas en otros países: la desigualdad social en *3%*, la corrupción en *El Mecanismo*, las subcelebridades en *Samantha!* y, finalmente, el empoderamiento femenino con telón de fondo de *bossa nova* en *Cosa más linda*, que analizaremos con detalle adelante. Podríamos decir que estas narrativas exploran las cualidades de una “brasilidad rentable” que retrate aspectos de Brasil para el mercado nacional, pero que tenga el potencial de conquistar públicos extranjeros.

Cosa más linda

En la búsqueda de más contenido nacional, Netflix lanzó en marzo del 2019 la serie brasileña *Cosa más linda*. En el flujo del trabajo colectivo y de las producciones independientes, el crédito de la serie está dividido: fue creada por Giulano Cedroni y Heather Roth, producida por Beto Gauss y Francesco Civita, y dirigida por Caíto Ortiz, Hugo Prata y Julia Rezende. De las cuatro series ya lanzadas por Netflix, la propuesta temática de *Cosa más linda* tal vez sea la más pautada en un elemento puramente brasileño: la *bossa nova*. Sin embargo, la música aparece más como telón de fondo que propiamente como objeto o personaje en la trama. Como se ha dicho, las demás producciones nacionales de Netflix tratan de temas significativos en Brasil —desigualdad, corrupción y cultura popular— pero con la posibilidad de universalización o, por lo menos, de mayor generalización. A su vez, los temas y conflictos tratados en *Cosa más linda* son tan brasileños como podrían serlo, pero retratan un “Brasil para extranjeros”. La *bossa nova* es el género musical de mayor exportación y presencia en el imaginario referente al país, gracias a *Garota de Ipanema* (composición de Tom Jobim que no sorprende al ser el tema de apertura de la serie) y su inmensurable alcance. También están presentes los elementos tradicionales de una serie que se dice brasileña: Río de Janeiro, la samba, las favelas.

Figura 1. Escena de *Cosa más linda* e imagen de divulgación de la serie

Fuente: Netflix Brasil.

La historia de *Cosa más linda* da inicio en 1959, momento de importantes cambios en la política y la música brasileñas: en 1960 Río de Janeiro dejó de ser la capital del país, con la inauguración de Brasilia a manos del entonces presidente Juscelino Kubitschek; la *bossa nova* ya comenzaba a ganar contornos más definidos en el escenario musical de Río de Janeiro para, posteriormente, alcanzar fama mundial. La referencia a este momento histórico servirá de telón de fondo para que la serie se concentre en cuatro personajes femeninos.

Como se ha mencionado antes, el consumo mediático instituye, entre tantos aspectos, imaginarios sobre personas, experiencias, lugares. Hay en Brasil una disputa simbólica entre las ciudades de Río de Janeiro y São Paulo, en la que ambas se esfuerzan constantemente por probar sus cualidades y, en consecuencia, su superioridad. La serie parte de un imaginario ya consolidado que asocia Río de Janeiro con la liviandad, el ocio y la naturaleza, mientras que a São Paulo se la vincula con la rigidez, el conservadurismo y la obsesión por el trabajo. “São Paulo es un fastidio, no aguanto estar más de dos días aquí”, dice Ligia a Maria Luiza en un rápido paso por la ciudad, donde se encuentra con su amiga. En medio de esta dualidad, en Río de Janeiro Maria Luiza vislumbra la posibilidad de conquistar su independencia al abrir su propio negocio (un bar con música en vivo). Es decir, es necesario dejar atrás lo viejo (São Paulo) para apostar a lo nuevo (Río de Janeiro), aunque eso implique dejar a su hijo bajo los cuidados de sus padres y genere una desavenencia con su padre, que desapruueba su decisión.

En el plano interno de la narrativa hay otros imaginarios que la serie también refuerza. Uno de ellos es el de las favelas cariocas como lugares idílicos en los que todos bailan al son de la samba, como se ve en la secuencia en la que Chico (Leandro Lima) lleva a Maria Luiza a una favela por primera vez. Otro aspecto, en este sentido, es la referencia a Yemayá, orishá que representa el mar en religiones de matriz africana, como el *candomblé* y la *umbanda*. Descontenta con el abandono del marido, Maria Luiza se lanza al mar durante un paseo en barco y en las profundidades encuentra a Yemayá. La escena roza lo surreal, pero es útil para

construir un posible imaginario religioso brasileño. La reina del mar también se cita en un momento en el que, en la víspera de la inauguración del bar, una lluvia destruye todo. En medio de lo que sobró, Maria Luiza y Adélia encuentran una imagen de Yemayá, que sirve como “señal” para que no se rindan.

En el consumo mediático es posible notar la elaboración de pertenencias en las que canciones, videoclips y, en este caso, series, funcionan como “sistemas peritos” (Amaya, 2004) que articulan, construyen y elaboran sentidos de autoidentidad, en acciones individuales y colectivas, acciones mediáticas y performativas. Según Amaya (2004), en diálogo con A. Giddens, estos sistemas constituyen modos de conocimiento que se extienden a las relaciones sociales y a la intimidad. A ellos se recurre para realizar la experiencia reflexiva de sí y sobre los otros, en la que los medios de comunicación juegan un papel importante. Imaginarios y experiencias pautados en series, personajes, tramas y narrativas ayudan a construir sentidos que vinculan (o no) sus vidas a aquellas narradas en series o películas.

Estas transformaciones involucran, entre otros aspectos, una relación intrínseca entre las tendencias globalizantes financieras, económicas y políticas, con eventos localizados en la vida cotidiana y subjetiva —una conexión dialéctica, compleja, entre lo “extensional” y lo “intencional” y con la construcción del yo como un proyecto reflexivo (Giddens, 1999)—, y una parte elemental de la reflexividad de la modernidad tardía, en la que los individuos encuentran o elaboran identidades entre las estrategias y opciones ofrecidas por los sistemas peritos. De este modo, los imaginarios reforzados por la serie tienen la intención de crear la pertenencia antes citada, muy a pesar de que sean pasibles de debate, pues, en alguna medida, refuerzan clichés con relación a los espacios que retratan. No obstante, consideramos más provechoso discutir los discursos que la serie cimenta y sus posibles intenciones. Para ello, partimos de la hipótesis de que *Cosa más linda* vuelve al pasado para hablar del presente.

La ambientación de la serie, en el umbral entre las décadas de 1950 y 1960, permite la construcción de una memoria que se ancla en valores, hábitos y estilos de vida que, según lo vemos, estaban en revisión (por lo menos en Río de Janeiro, capital del país en la época y vitrina de Brasil para el mundo), tales como la independencia femenina, los conflictos de clase y el racismo. Pero, en la práctica, tales temas están más en boga en el Brasil de hoy en día que en el de los años sesenta. La vuelta al pasado sirve, por lo tanto, como pretexto para el debate sobre temas que obtuvieron visibilidad, de hecho, a partir de la primera década del siglo XXI, cuando negros, indígenas, lgbt y pobres fueron considerados por las políticas públicas estatales en Brasil.

De tal modo, es importante verificar cómo se da la representación audiovisual de esta memoria. Como lo propone MacDougall (1998), tal representación puede

ocurrir por medio de lo visual, del habla, sonidos, gestos y movimientos, pero sin la intención de crear una “memoria total” (1998: 241), porque la conexión entre la construcción del pasado mediante reminiscencias y la construcción de la experiencia actual es incierta y ambigua. La serie parece demostrar consciencia en relación con esta ambigüedad a la que se refiere MacDougall al privilegiar una pauta feminista que va desde el *plot* hasta las tramas internas.

En principio, es preciso destacar que las figuras centrales son cuatro mujeres. Todas ellas deben lidiar con las adversidades y los dilemas que la condición femenina les impone, que en muchos casos se usa para reforzar el lugar secundario reservado a la mujer en la conducción de su propio destino. Así, el padre de Maria Luiza insiste en que ella deje su bar para que se case con un joven que él considera ideal para ella. La única mujer que trabaja en la revista *Ângela*, Thereza, es objeto de burlas por parte de los compañeros de trabajo. Al inicio de la serie, Ligia pone a su marido siempre en primer lugar y Adélia tiene que luchar no solamente con el peso de ser madre soltera, sino también con el prejuicio de clase y raza. Ella se hace socia de Maria Luiza en el club, pero la confunden con empleada de limpieza por ser negra.

Los cuatro personajes femeninos traban una amistad que servirá también como red de apoyo en momentos de necesidad. Con esto, la serie refuerza la importancia de la sororidad, en la que la vuelta al pasado emprendida por la narrativa está inmersa en la importancia de los afectos. Es decir, en *Cosa más linda* la construcción de la memoria va más allá de la acumulación de información y se reviste de condensación y desplazamiento, pues sin el trabajo afectivo (y también colectivo) de objetivación de la historia, con sus rechazos y puntos ciegos, no habría ni actualización ni una nueva inversión de lo sabido en lo vivido y de lo vivido en lo sabido. Dicho de otro modo, se sacrifica la fidelidad a los hechos y al contexto para crear, en cierta forma, una memoria sobre las demandas recientes de la sociedad brasileña, tales como la disminución de las diferencias entre hombres y mujeres. Imagen y discurso articulan una dialéctica entre pasado y presente: los personajes femeninos están en el pasado, pero sus discursos están en el presente.

En este sentido, es posible sostener la idea de que, en la serie, la memoria se construye a partir del presente en la arena de la confrontación. En cualquier formación social hay muchas memorias que conviven (unas hegemónicas, otras marginales), y la singularidad histórica, social y cultural hace que los sujetos recuerden de maneras específicas; en otras palabras, la memoria no está allí a la espera de ser contada. Paul Ricœur (2007) resalta que el pasado es lo que no puede cambiarse, pero lo que no es fijo es el significado de lo acontecido. Tal interpretación sólo puede establecerse en el presente o, mejor, en los sucesivos presentes en los cuales se piensa la existencia. Exactamente esta flexibilidad en

la elaboración de la memoria permite que la serie construya personajes femeninos en una época en la que el feminismo todavía no estaba en boga y, al mismo tiempo, destaque relaciones de clase que colocan a innumerables mujeres en una posición desigual. Esta dimensión se hace explícita en el personaje de Adélia. Ya resaltamos que ella es madre soltera; sin embargo, su hija es fruto de una relación que tuvo con Nelson (Alexandre Cioletti), hijo de su antigua patrona. La idea de que la empleada doméstica también preste favores sexuales a los patrones es un hábito secular en la sociedad brasileña, herencia del periodo esclavista en el que las esclavas, además de hacer las labores domésticas, también mantenían relaciones sexuales con los hacendados o con sus hijos. Luego de su embarazo, Adélia fue despedida y la familia envió a Nelson a París, ya que una “niña mulata”, según su madre (Esther Góes), no sería bienvenida.

Si a partir de los medios de comunicación es posible dar sentido a una cierta experiencia mediante la activación de la memoria, ésta sólo tiene sentido cuando se considera que “el lugar político de las prácticas de memoria —como destaca Huysen (2000:17)— todavía es nacional y no posnacional”. Por este motivo, dirigir la mirada hacia nuestras preguntas se hace importante, porque ellas dan cuenta de nuestras incertidumbres, coyunturas y modos de ser. Tan importante como eso es prestar atención a los materiales mediáticos y audiovisuales a los que éstas se reportan, como es el caso de la serie aquí en discusión. Las demandas locales se vuelven tan urgentes que la *bossa nova*, que al principio pudo ser vista como tema central de la serie, queda en segundo plano, al igual que Río de Janeiro como escenario.

En vez de eso, nuevamente el centro de las acciones se fija en la mujer. No es casualidad que Thereza, al convertirse en editora en jefe de *Ángela*, cambie la plantilla de periodistas de la revista bajo el argumento de que “una revista para mujeres debe ser escrita por mujeres”. No era éste el escenario del periodismo brasileño de los años 1960, pero en una especie de licencia poética, *Cosa más linda* busca reforzar el poder femenino. Otro punto sensible presentado en la serie es el aborto. Cuando decide seguir su carrera como cantante, Ligia descubre que está embarazada. Por temor a que la maternidad entorpezca sus planes, decide abortar, y para ello cuenta con la ayuda de su amiga Maria Luiza. Se trata de un aspecto que en la década de 1960 sería poco plausible, pero que, para marcar el discurso progresista de la serie, se instituye como tal. En este caso, limitarse a lo verosímil le impediría vuelos más altos a la serie y comprometería, en cierta medida, nuestro análisis.

Sin embargo, nuestra intención no ha sido establecer una crítica al estilo del periodismo cultural —que señalaría, por ejemplo, inconsistencias en el libreto—, sino percibir las potencialidades discursivas de la serie. Dentro de esta perspectiva, al elegir cuatro mujeres como protagonistas y, más importante, al colocarlas en el comando de sus propias vidas, *Cosa más linda* vuelve al pasado para hablar del

presente, un tiempo que, al menos en nuestro contexto, ha sido cada vez más marcado por una discusión que reivindica más espacio y reconocimiento para la mujer en la sociedad brasileña.

Referencias

- Amaya Serrano, José Fernando (2004). *Menos querer más de la vida. Concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. Londres: Verso.
- Appadurai, Arjun (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- Benjamin, Walter (1985). “Teses sobre a filosofia da história. Tese II”. En Kothe, Flávio R. (org.), Benjamin, Walter. *Sociologia* (pp. 153- 164). São Paulo: Ática.
- Borges, Gabriela (2008). “A discussão do conceito de qualidade no contexto televisual britânico”. En *Bocc Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/borges-gabriela-discussao-contexto-qualidade.pdf>.
- Castellano, Mayka y Meimaridis, Melina (2018). “Binde-Watching is the new black: as novas formas de espetatorialidade no consumo de ficção seriada televisiva”. *Contemporânea. Comunicação e Cultura*, 16(03), 689-707.
- Delanty, Gerard (2008). “La imaginación cosmopolita”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals. Fronteras: Transitoridad y dinámicas interculturales*, 82, 25-49.
- Douglas, Mary e Isherwood, Baron (2004). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Garcia Canclini, Nestor (2004). *Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da Globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Giddens, Anthony (1999). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Hannerz, Ulf (1999). “Cosmopolitas e locais na cultura global”. En Mike Featherstone (ed.), *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade* (pp. 251-266). Petrópolis: Vozes.
- Huyssen, Andreas (2000). *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- Jenkins, Henri (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Ed. Aleph.
- Lopes Vassallo, Maria Immacolata (2004). *Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Loyola.
- Lopes Vassallo, Maria Immacolata (2003). “A Telenovela Brasileira: uma Narrativa Sobre a Nação”. *Comunicação e Educação*, vol. 26, 17-34.
- MacDougall, David (1998). *Transcultural cinema*. Princeton: Princeton University Press.
- McCracken, Grant (2003). *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Martín-Barbero, Jesús (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- Pereira, Simone Luci (2004). *Escutas da memória: os ouvintes das canções da Bossa Nova*. Tesis (Doctorado en Ciencias Sociales). São Paulo. Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Ricoeur, Paul (2007). *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas: Unicamp.

- Saccomori, Camila (2015). “Qualquer coisa a qualquer hora em qualquer lugar: as novas experiências de consumo de seriados via *Netflix*”. *Revista Temática*, año XI, núm. 4, 53-68.
- Silva, Marcel Vieira Barreto (2014). “Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade”. *Galaxia*, 27, 241-252.
- Straubhaar, Joseph (1984). “Brazilian Television: the decline of American influence”. *Communication Research*, 11(2), 221-240.
- Toaldo, Mariângela y Jacks, Nilda (2013). “Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antesala para os estudos de recepção”. En *Artigo apresentado no Encontro Anual da Compós. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Salvador: Junho.
- Wolton, Dominique (1996). *O Elogio do Grande Público. Uma teoria crítica da televisão*. Trad. de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática

ROMA: DE LA NOSTALGIA A LA EMPATÍA POLÍTICA CON LA SITUACIÓN DE LAS TRABAJADORAS DEL HOGAR INDÍGENAS

Astrid Yulieth Cuero Montenegro

Dedico este capítulo a Luis Ospina, mítico director del Grupo de Cali fallecido el 27 de septiembre del 2019, uno de los fundadores del Caliwood y de los documentalistas más admirados por mí. A Luis quiero agradecer porque sus comentarios facebookeros sobre la película *Roma* y sus recordatorios sobre el *travelling* como cuestión moral inspiraron algunos de los argumentos planteados en esta crítica cinematográfica.

El 14 de diciembre del 2018 se estrenó en la plataforma de Netflix la película *Roma*, del director mexicano Alfonso Cuarón, después de que se alzara con el León de Oro en el Festival de Venecia, y de una fuerte campaña publicitaria que llamaba a ver la historia de vida de Cleo a nivel mundial, y específicamente en México (país en el que resido desde hace siete años).¹ Lo primero que tengo que decir antes de adentrarme en la crítica de la película es que tenía altas expectativas y motivaciones para ver *Roma*, por varias razones. En primer lugar, porque prometía ser homenaje y retrato de la vida de una mujer indígena trabajadora del hogar llamada Cleo, personaje inspirado en la nana que cuidó a Cuarón en su niñez, Libo. En segundo lugar, porque soy feminista antirracista y cinéfila apasionada, por lo que consideré que esta película me permitiría hacer lecturas e interpretaciones para cuestionar los estereotipos y las dominaciones racistas, sexistas y clasistas que configuran las vidas de las mujeres racializadas y que imperan en el cine comercial. En tercer lugar, porque justo estoy realizando una investigación de tesis doctoral sobre el

¹ Una primera versión de este ensayo fue publicado en la *Revista Marea*, el 18 de diciembre del 2018. Disponible en: <https://revistamarea.com/2018/12/18/roma-de-la-nostalgia-a-la-empatia-politica-con-la-situacion-de-las-trabajadoras-del-hogar-indigenas/>.

trabajo doméstico remunerado en Chiapas, con un colectivo integrado por mujeres indígenas, por lo cual pensé que la película me serviría como documento para el tratamiento del tema. Y en cuarto lugar, por la alta estima en la que tengo el cine de Cuarón, principalmente por *Y tu mamá también* (2001) y *Los hijos del hombre* (2006).

Así que dadas las altas expectativas que tenía con la película y con la espera de un retrato de la vida de Cleo, trabajadora indígena del hogar, me sentí un poco decepcionada por razones que tienen que ver con el contenido, principalmente, pero también con lo formal. Hay dos problemas principales que creo aquejan la película y que voy a ampliar a continuación.

¿La historia de Cleo?

El primer problema se relaciona con el punto de vista desde donde se narra la historia, lo cual tiene que ver con el segundo problema, que es la falta de profundidad con la que se retrata la vida de Cleo. Para mí, la película pierde fuerza en el ritmo de la narración porque no hay una distinción clara entre el punto de vista de Cleo y el del director. Es sabido que *Roma* constituye un ejercicio de memoria por parte de Cuarón entre los recuerdos de su niñez en la Ciudad de México en la década de los setenta del siglo XX, de la relación afectiva con su nana, y de las relaciones entre los miembros de su familia. Sin embargo, si se supone que Cleo es la protagonista de la historia que cuenta *Roma* y que, por lo tanto, la focalización de la historia o el punto de vista es el de ella —debería serlo—, entonces hay escenas que parecen bastante gratuitas, que no aportan para entender su experiencia. Si la película pretendía visibilizar las relaciones de dominación y explotación que una familia de clase media blanca ejerce sobre una mujer indígena e intentar hacerle un poco de justicia, me parece que en ese propósito se queda corta, porque no da información suficiente del contexto de la protagonista previo a su llegada a la Ciudad de México, ni insumos sobre su pasado o de su situación actual, que permitan entender qué la llevó a desempeñar ese trabajo.

Considero que *Roma* presenta ambivalencia en el punto de vista desde donde se narra principalmente porque intenta ser neutral. Y esa pretensión de neutralidad tiene todo que ver con las técnicas cinematográficas con las que ha sido filmada, principalmente con el constante uso del *travelling*. Aunque el material filmado tiene un alto contenido autobiográfico desde la experiencia del director, Cuarón intenta retratar su historia familiar en relación con la historia de Cleo desde una mirada distante, desde la posición de un tercero, y no de la primera persona; tal vez con la pretensión de presentar esos hechos con cierta objetividad. Pero quienes nos posicionamos desde la teoría feminista, y más aún, desde las epistemologías feministas antirracistas, sabemos que la objetividad, la neutralidad y los universalismos no existen. Por tanto, si aplicamos una mirada crítica y politizada

al análisis de la estética de las imágenes, la técnica y la construcción del lenguaje cinematográfico, es decir, a sus formas de narrar y de representar, podemos decir que todo encuadre, posición o movimiento de cámara implica siempre una posición ideológica. Y desde una posición feminista antirracista afirmamos que la experiencia personal siempre está implicada en la construcción de conocimiento y de creación artística, lo cual no quiere decir que la experiencia hable por sí misma, o que no se pueda elaborar una determinada realidad desde cierta distancia crítica y a través de la creación ficticia de personajes.

Lo que quiero decir es que cuando un director de cine se basa en material autobiográfico como el que Cuarón utiliza en *Roma*, su posición como sujeto blanco heterosexual de clase media mexicana se implica en la forma de narrar y de filmar, aunque lo haga desde una distancia crítica. Es decir, no es que necesariamente esté mal que la película no se base principal y exclusivamente en la historia de vida de Cleo, pero sí hay una falta de ética en el sentido de su promoción comercial, dado que se “vendió” y anunció como la historia de una trabajadora del hogar indígena, y lo que realmente ofrece es la imagen de Cuarón de su nana, a la que reconstruye desde sus recuerdos de infancia, y cuyo personaje, Cleo, no se encuentra en el centro, sino que aparece como paño de fondo de las relaciones entre la familia blanca de clase media alta para la que trabaja.

De hecho, Cuarón hubiera podido optar por otros recursos narrativos de carácter más subjetivo, como intercalar o confrontar el punto de vista de Cleo con el de alguno de los niños, que al final es su propio punto de vista. Así lo hace por ejemplo el director sueco Ingmar Bergman en la película *Fanny y Alexander* (1982), de fuerte contenido autobiográfico, en la que, aunque narrada principalmente desde el punto de vista de un niño llamado Alexander —que sugiere a un Bergman en la infancia—, a través de su mirada puede reconstruirse la vida de varios integrantes de una familia burguesa, las tensiones entre ellas y ellos, y la relación conflictiva con su padrastro. Es decir, lo que me parece complicado es que Cuarón no explicita su punto de vista y que, al intentar una narración neutral que juega con los *travellings* y la profundidad de campo, la historia y el punto de vista de Cleo se confunde y se difumina con la imagen que Cuarón tiene de ella, con el recuerdo nostálgico de un personaje que parece ser el centro, pero que en realidad siempre está en segundo plano.

La explotación de Cleo

A mi modo de ver, la forma como se muestra la explotación de Cleo en *Roma* es bastante limitada, y me parece que esto justamente tiene que ver con la manera en la que se narra. Cleo no parece actuar por sí misma ni tener voz propia, sino que está en una condición de alienación que la hace quedar al servicio de las y los demás,

siempre presente pero, en el fondo, desde una mirada pasiva, y la mirada que le devuelven los miembros de la familia es de carácter paternalista. Y ese paternalismo hace que la explotación aparezca suavizada, que no resulte tan chocante, que mueva más el sentimiento de lástima y de nostalgia, que el de indignación frente a las condiciones laborales en las que Cleo trabaja. Hay que tener en cuenta que el paternalismo tiene un fuerte carácter clasista, pero sobre todo racista. Implica tratar las relaciones de poder desde una perspectiva moralista; justo los directores franceses Jacques Rivette y Jean Luc Godard señalaron que el *travelling* es una cuestión moral. También el director chileno Raúl Ruiz declaró que el *travelling* es una cuestión de nostalgia. Y aquí tiene sentido señalar que las decisiones técnicas a nivel cinematográfico implican decisiones políticas. El uso constante del *travelling* nos da a entender que en *Roma* la explotación se muestra como problema moral, lo que se relaciona con el paternalismo, porque las relaciones paternalistas son profundamente moralistas y, al mismo tiempo, políticas, en tanto intentan ocultar las relaciones jerárquicas de poder, ya sean de clase, sexo o raza.

Es cierto que hay detalles de escenas y secuencias en *Roma* que dicen mucho sobre la explotación de Cleo, de hecho éste es un mérito de la película: el manejo de la sutileza y los silencios mediante los cuales se muestran los cuidados, el afecto y los servicios que ella brinda a la familia para la que trabaja. Con la riqueza de los detalles visuales se muestran de forma clara las diferencias de clase y la feminización naturalizada que constituye este trabajo: las largas jornadas, atender a los niños, ir por ellos a la escuela, limpiar las heces del perro, lavar la ropa, cocinar, servirles la comida, atender muchas cosas a la vez mientras los miembros de la familia están cómodos y pueden dirigirse a sus trabajos y escuelas o disfrutar de momentos de ocio. Sin embargo, me parece que el contenido de la racialización del trabajo del hogar desempeñado por una mujer indígena es aquello de lo que la película no logra dar cuenta en su complejidad, en tanto Cuarón parece estar más preocupado por denunciar el machismo que uniría las historias de Cleo y su empleadora Sofía, con lo que se desvanecen las tensiones racistas y clasistas que entre ellas existen.

En el contexto mexicano, el empleo doméstico remunerado es un trabajo racializado, no regulado por el régimen asalariado,² en el que todavía persisten

² A día de hoy, aún no se ha ratificado en México el Convenido 189 de la OIT, que garantiza los derechos laborales de las trabajadoras del hogar. De acuerdo con el Conapred, 2.3 millones de personas en México se dedican al trabajo del hogar remunerado y el 92% son mujeres, en su mayoría de origen rural e indígenas, y casi un tercio (36%) comenzó a trabajar cuando eran menores de edad (INEGI, 2018). La gran mayoría no cuentan con un contrato escrito, no están afiliadas a un seguro de salud y puedan trabajar hasta 12 horas al día, ya que la Ley Federal de Trabajo es bastante flexible en este aspecto. Tomado de https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&cid=481&cid_opcion=473&top=473.

relaciones de servidumbre de herencia colonial y esclavista, como lo evidencia la investigadora maya kaqchikel guatemalteca, Aura Cumes, en su tesis doctoral *La "india" como "sirvienta". Servidumbre doméstica, colonialismo y patriarcado en Guatemala* (2014). Cleo no es una trabajadora del hogar en abstracto, es una mujer racializada, indígena oaxaqueña migrante en la Ciudad de México. No sólo desempeña el trabajo de un ama de casa clásica que sacrifica su vida por sus hijos, por amor, porque quiere mucho a los niños, a los que cuida al punto que abandona su propia vida, sino que además está en una condición de subordinación e inferioridad racial que la animaliza cuando, por ejemplo, aunque ella es más “pequeña” que su patrón y en apariencia más “débil”, le carga las grandes y pesadas maletas. Éste es un detalle que, aunque importante, queda apenas sugerido. A mi gusto, la sutileza con la que se muestran esos detalles de la explotación laboral, especialmente en su dimensión racial, carece de contundencia. Y combinar sutileza con contundencia no tiene que significar hacer un panfleto político, ni quitarle la calidad artística a la película. Dicha contundencia, por ejemplo, sí se observa en el director senegalés Ousmane Sembene en *La Noire de...* (*Black Girl*), del año 1966, película que recomiendo por la crudeza sutil con que retrata las relaciones de explotación racializada entre una empleada doméstica senegalesa y una familia blanca de la burguesía francesa.

Si en *Roma* la historia principal es la de Cleo, una esperaría que se muestre de manera más clara la mirada del verdadero desprecio hacia ella por su condición indígena. En efecto, aunque el personaje no me parece estereotipado, las jerarquías de raza y clase entre la familia y ella sí quedan muy diluidas. Por ejemplo, sabemos que en las casas en las que trabajan mujeres indígenas como empleadas domésticas se las ha tratado de “gatas”, indias, tontas, “marías” de manera explícita, y si Cuarón no quería decirlo con palabras, hay otras formas sutiles de mostrar ese desprecio y los maltratos que sufren. En este sentido, me llamó la atención que sólo Fermín, su amante, la llama “gata” cuando ella va a buscarlo por su embarazo, a pesar de que él es también un hombre empobrecido y racializado. Pero en la familia para la que trabaja jamás se le profiere un insulto como tal —el trato parece ser amable todo el tiempo—, aunque ella no pueda estar ni un solo momento tranquila por atenderlos. Lo anterior remite al trato paternalista de carácter moralista ya mencionado antes. Es tan amable que en la película resulta difícil de creer, por más que la relación afectiva y emocional de la familia hacia ella haya llegado a ser entrañable.

Otra cosa que me sorprende es que cuando se muestra a Cleo fuera de la casa acompañada de su amiga-compañera de trabajo, o de su novio, o con los niños hacia el cine, en esos trayectos nunca se ven miradas abiertas o sutiles de desprecio por parte de los transeúntes blancos de la colonia Roma o del centro de la Ciudad de México, ante la corporalidad de una mujer indígena, sobre todo en

un contexto racializado como el de la Ciudad de México. El tránsito de mujeres indígenas por zonas donde habita principalmente la clase media y alta blanca se da en una condición de vulnerabilidad, con exposición a violencias desde el trato y la mirada que las clasifica como seres inferiores, situación aun más evidente a principios de la década de los setenta del siglo XX. Además, ellas deben soportar rechazos y enfrentar burlas por no hablar el español, portar indumentaria indígena, o simplemente porque se sigue considerando que su cuerpo no alcanza el estatus de humanidad, porque esa otredad que encarnan frente a la blanquitud se basa en su animalización.

***Roma* = Amor: ¿sacrificio y falsa consciencia?**

Entonces, la cuestión de la explotación de Cleo y la forma como se representa en *Roma*, el paternalismo racista con el que la trata la familia para la que trabaja, llevan a formular la pregunta sobre si Cleo es consciente o no de la explotación que sufre como trabajadora del hogar. A partir del mensaje superficial que transmiten varias escenas y secuencias de la película, podría interpretarse que Cleo no parece molesta, cansada o indignada con sus condiciones laborales. No se muestra que la paciencia de Cleo se agote en ese trabajo, que ella lo sienta como una verdadera “chinga”.³ La peli se mueve en la contradicción entre visibilizar, naturalizar y ocultar al mismo tiempo ciertos aspectos de lo que implica la explotación racializada del trabajo en el servicio doméstico.

Surge entonces la duda respecto de si Cleo no ha desarrollado aún un proceso de concientización o politización en el sentido de rechazo a las condiciones laborales en las que está inscrita, o no tiene la capacidad para reconocer su explotación, o el sentirse aparentemente complacida con su servidumbre tiene que ver con la fuerte relación afectiva y emocional construida con la familia, es decir, con el amor. Dos escenas de la película ejemplifican esa tensión entre el amor y la explotación, que tienen que ver con el viaje que hace su patrona Sofía al mar, en específico a las playas de Veracruz, después de la ruptura con su esposo. Hay un momento en la playa en el que después de comer y al salir del restaurante, los niños le piden a su madre que les compre helados, y también le compran un helado a Cleo —un acto de amor, de afecto, que parece sugerir que ella también es parte de la familia—, pero cuando comen el helado todos están sentados, menos ella, la mujer indígena. La escena muestra de manera sutil su inferiorización, su animalización.

³ Expresión del español mexicano que refiere el duro trabajo, las largas jornadas de trabajo y condiciones de explotación laboral muy fuertes.

En la siguiente escena, que es uno de los momentos clave de la película, rodada con un impresionante *travelling*, Cleo se ve en la disyuntiva moral de salvar a los niños de ahogarse en el mar, no arriesgar su vida —porque ella no sabe nadar—, o quedarse contemplando cómo se ahogan. Cleo decide salvarlos y salen del mar caminando, llegan a tierra firme; aparece Sofia, quien agradece a Cleo por salvar a sus hijos y se abrazan todos, en un acto que implica profundo afecto. En apariencia, esto confirma que Cleo realmente es una integrante más de la familia, y que todos se aman, sin importar las diferencias y jerarquías entre ellos. Esa escena parece sugerir que la solución a tal explotación es el amor: “estás en una condición de servidumbre respecto a nosotros pero te queremos”. De manera que el paternalismo, como el travelling, es una cuestión de moral, pero la explotación es una cuestión de relaciones de poder y dominación. El paternalismo racista disfraza de cuestiones de moral las relaciones de explotación.

En este sentido, respecto a la aparente falsa consciencia de Cleo, o incapacidad para reconocer la explotación, rebelarse frente ella y liberarse de su opresión, el filósofo y psicoanalista esloveno Slavoj Žižek, en una crítica a *Roma*, ha señalado que Cleo es un personaje encadenado a la identidad ideológica de la servidumbre, lo que se refleja en el gesto patético de sacrificio cuando decide salvar a los niños de ahogarse en el mar:

En otras palabras, el exilio total de Cleo del mundo de las preocupaciones políticas, su dedicación al servicio desinteresado, es la forma misma de su identidad ideológica, es la forma en que ella “vive” la ideología. Quizás cuando Cleo explica su situación a Adela empieza a tomar “conciencia de clase”, ya que es el primer paso que la llevará a unirse a los manifestantes en la calle. De esta manera surgirá una nueva figura de Cleo, una figura mucho más fría y despiadada, una figura de Cleo entregada por cadenas ideológicas (Žižek, 2019).⁴

Sin embargo, una se pregunta si efectivamente esa subjetividad alienada de Cleo, esa aparente falsa consciencia que porta, se explica porque no se encuentra politizada, porque no se ha encontrado con otras mujeres que le permitan cuestionarse, o

⁴ Slavoj Žižek, “Roma is being celebrated for all the wrong reasons”, *The Spectator*, 13 de enero de 2019, <https://blogs.spectator.co.uk/2019/01/roma-is-being-celebrated-for-all-the-wrong-reasons-writes-slavoj-zizek/>. Traducción propia de: In other words, Cleo’s total withdrawal from political concerns, her dedication to selfless service, is the very form of her ideological identity, it is how she ‘lives’ ideology. Maybe explaining her predicament to Adela is the beginning of Cleo’s ‘class consciousness’, the first step that will lead her to join the protesters on the street. A new figure of Cleo will arise in this way, a much more cold and ruthless – a figure of Cleo delivered from ideological chains.

porque la ideología del amor la lleva a privilegiar su sacrificio al servicio de esta familia a la que quiere. No será más bien que su aparente patetismo ideológico se explica porque sus características como personaje —no habla con voz propia, protagoniza pero desde un segundo plano, no se representa como sujeto activo, y la narración la relega a mero recuerdo, a una imagen de otro (Cuarón)— implican que se pierda su existencia como sujeta contradictora, como sujeta que encarna la dominación, pero que también encarna la resistencia, que se mueve entre el sacrificio, el cansancio y la rabia, porque definitivamente no hay ningún sujeto que viva completamente satisfecho en su opresión. La pasividad subjetiva y política de Cleo como personaje pareciera derivar de la propia pasividad técnica e ideológica con la que la cámara filma y representa a esta mujer indígena.

¿Hermanas en la lucha?

En la mayor parte de las críticas y opiniones que he leído sobre *Roma* en redes sociales, una de las lecturas que más se ha enfatizado es la que tiene que ver con la supuesta perspectiva de género de la película, ya que las dos mujeres clave en la historia, Sofía y Cleo, enfrentan situaciones de violencia machista infligidas por sus respectivos compañeros. De hecho, también se ha interpretado la relación entre Cleo y su empleadora como ejemplo de sororidad feminista, ya que cuando Cleo le cuenta que ha quedado embarazada, Sofía, en lugar de reprocharle o despedirla —como regularmente sucede—, le ofrece apoyo para los cuidados médicos. Sin embargo, considero peligrosa esa lectura desde la sororidad, porque como ya he argumentado, la supuesta hermandad o solidaridad entre mujeres muchas veces remite a un trato paternalista que oculta las diferencias y jerarquías de raza y clase. Una lectura forzada desde la sororidad puede tener implicaciones racistas, porque pretende igualar las situaciones de Cleo y su patrona Sofía, mujeres que no gozan de los mismos privilegios y que ocupan lugares diametralmente distintos en la jerarquía de poder, en cuanto a clase y raza. Así lo expresa la feminista negra lesbiana Audre Lorde: “En el movimiento de mujeres actual, lo habitual es que las mujeres blancas se centren en su opresión en tanto que mujeres y pasen por alto las diferencias de raza, preferencias sexuales, clase y edad. La palabra sororidad lleva implícita una supuesta homogeneidad de experiencias que en realidad no existe” (1984: 40).

La sororidad responde a una mirada feminista hegemónica y universalista relacionada también con la llamada perspectiva de género, que considera que todas las mujeres somos iguales y que el único sistema de opresión que nos atraviesa es el patriarcado; por tanto, las violencias machistas son las principales en nuestras vidas y eso nos transforma, *ipso facto*, en “hermanas en la lucha”.

Así que de manera consciente o inconsciente, el énfasis que Cuarón pone en las situaciones de machismo que tanto Cleo como Sofía viven en algunas escenas de

Roma oculta las jerarquías de raza entre mujeres blancas y mujeres indígenas. Por tanto, desde la mirada del feminismo antirracista, me parece complicada la lectura de sororidad que se ha hecho respecto a la relación entre Sofía y Cleo —aunque efectivamente hay casos de solidaridad entre patronas y empleadas—. La opresión patriarcal que sufren ambas no tiene el mismo contenido; no es cierto que se quedan solas de la misma manera. Cleo no tiene las mismas posibilidades y privilegios para reconstruir su vida después de un evento traumático, como sí puede hacerlo su empleadora, quien tras separarse de su esposo, emprende un nuevo negocio de edición. Sin embargo, Cleo no sólo pierde a su compañero y a su bebé, sino que además debe seguir trabajando para su empleadora en el servicio doméstico. Las posibilidades de cambiar de empleo para ella son mucho más limitadas, y como ya argumentaba, éste no es como cualquier otro, es un trabajo racializado que ni siquiera se considera laboral en términos del régimen asalariado, y se realiza todavía en condiciones de servidumbre, como herencia colonial.

Mientras que Sofía disfruta de ciertas libertades y privilegios —aunque no tenga esposo—, Cleo se encuentra no sólo al servicio de ella, sino de sus hijos. Es decir, los privilegios de los que puede gozar Sofía se asientan, o mejor dicho, son posibles, dadas las condiciones de opresión de Cleo, porque su posición de servidumbre permite que Sofía se libere de esas tareas y tenga tiempo para desarrollar otros proyectos profesionales.

Vidas sin vacaciones

Al ser Cleo una mujer indígena, trabajadora del hogar, migrante rural de Oaxaca que llega a la Ciudad de México a laborar y empieza a moverse en un entorno blanco-mestizo, parecería inevitable que la película no abordara con centralidad la dimensión de las experiencias racistas a las que podría verse enfrentada Cleo. Pero no arriesga mucho frente al tratamiento del racismo, tal vez porque, al tratarse de una película semiautobiográfica, para Cuarón no es fácil asumirse como perteneciente a una familia que ejerce y reproduce el racismo, justo porque muchas veces se lo trata como un asunto moral, de buenos y malos, monstruos o inocentes. Como ya he argumentado, el racismo no es una cuestión moralista o de corrección política, sino un sistema de opresión, dominación y explotación y, por tanto, un asunto político. El sistema racista que se refuerza con los sistemas capitalista y patriarcal otorga privilegios a la gente blanca y mestiza para que los ejerza a su conveniencia. Eso es lo que hacen los procesos de racialización, sitúan a la población blanca o mestiza criolla en el lugar de lo humano, y a la gente negra e indígena en la zona del no ser, de lo no humano, lo animalizado, como afirma Frantz Fanon (*Los condenados de la tierra*, 2009). Y es tan fuerte, que incluso los niños blancos se encuentran en una relación jerárquica de superioridad frente a

Cleo, lo cual se expresa en sus comportamientos rebeldes, que les permiten ejercer poder sobre ella, como ocurre en la escena del viaje al mar en Veracruz y en la secuencia final.

Los ejercicios de poder en los juegos infantiles han llegado bastante lejos, como aquel hecho —convertido en leyenda urbana, pero completamente real— en que el expresidente de México Carlos Salinas de Gortari y uno de sus hermanos, cuando eran niños, asesinaron a su empleada jugando con un arma de fuego real. El juego de los niños con armas de vaqueros al inicio de la película me recordó ese episodio, que resulta macabro, ya que en ese momento Cleo expresa que le gusta hacerse la muerta, como lo hace el niño en su juego, para tal vez así descansar un poco de tanto abuso. La escena resulta particularmente fuerte para mí, porque cada vez que vemos a Cleo está haciendo algo: lava, limpia, sirve a los niños, siempre al servicio de la familia, y en muy pocas secuencias tiene tiempo para ella misma. Cuando el niño la invita a jugar, ese pequeñísimo espacio lúdico que pareciera ser el único momento de descanso motiva la reflexión respecto a las arduas y desgastantes jornadas de trabajo, que no sólo se refieren a las labores de limpieza, sino también de cuidado emocional con los miembros de la familia, principalmente con los niños. El juego de hacerse el muerto funciona como metáfora de lo que implica el trabajo en el servicio doméstico. Ante las infinitas labores de servidumbre, el único verdadero descanso de Cleo sería la muerte, lo cual suena muy crudo y cruel, pero es la realidad de la gran mayoría: tener vidas sin vacaciones.

Conclusión

Respecto de la discusión ya planteada sobre el punto de vista desde donde se narra la historia, la película a veces es más un ejercicio de nostalgia de la niñez de Cuarón que otra cosa y, en consecuencia, le apuesta a eso. Secuencias como la de los niños en el cine, el incendio, o las que muestran la falta de habilidad de la empleadora Sofía para manejar un automóvil, aparecen como gratuitas o banales, si consideramos que la historia principal es la de Cleo y, además, le quitan ritmo a la historia. En este caso hay detalles que parecen irrelevantes y que restan valiosos minutos que pudieran usarse para conocer más de la vida de Cleo. Así que a la película le falta consistencia, en el guion mismo, en la sucesión de escenas, en la forma de narrar y, por ello, para mí no está al nivel de una obra maestra como tanto se la ha llamado, únicamente es un buen filme con varios fallos.

A pesar de esto, y para terminar, hay algunas cuestiones que me parece importante rescatar. En primer lugar, los méritos técnicos; estéticamente es bellísima, la fotografía en blanco y negro es impecable, la composición muy cuidada; el uso constante de la profundidad de campo como metáfora de lo que queda en primer y segundo plano en la propia historia y los movimientos de cámara, como los *travellings* y paneos,

constituyen una lección de cine. El trabajo con el nivel de detalle visual en algunas escenas es estremecedor, y entonces una agradece que la forma también sea fondo, aunque lastimosamente una siente que no ocurre en todas las escenas. Destaco particularmente la secuencia del “Halconazo”, un mecanismo de relojería tremendo que me hizo llorar y sentir una angustia terrible hasta desestabilizarme, y que seguro despertó en mí memorias de la represión estudiantil en Colombia. Las escenas en el hospital también son muy emotivas y lograron un nivel de realismo impresionante. Todo esto gracias al brillante trabajo de Cuarón como director y fotógrafo. De igual forma, destaco la entregada actuación de Yalitza Aparicio y el cuestionamiento de los estereotipos de belleza dominantes en el cine mexicano, con el protagonismo de una mujer indígena que interpreta un personaje no estereotipado —aunque falto de cierta profundidad—, y también celebro la apuesta de Cuarón por visibilizar algunas dimensiones de la explotación del trabajo doméstico remunerado, aunque tenga varias limitaciones ya señaladas.

En este último punto, es importante mencionar que la película contó con el apoyo de algunas organizaciones de trabajadoras del hogar en México, y que incluso la representante del sindicato de la Ciudad de México, Marcelina Bautista, publicó un artículo en el periódico *El Universal* donde señala varias cualidades de la película para dar cuenta de las desigualdades y discriminaciones en este ámbito.⁵ Ojalá que, como dice Marcelina en su columna, la película sirva para que la sociedad mexicana, y principalmente el Estado y las familias empleadoras, vayan más allá de un ejercicio de nostalgia y logren confrontarse con el propio racismo y clasismo que ejercen con las trabajadoras del hogar, que les permita solidarizarse sinceramente con sus luchas. Que el amor que sienten hacia quienes los cuidan y les permiten llevar una vida social y profesional más cómoda trascienda la romantización y se mueva hacia la empatía política con las trabajadoras del hogar indígenas.

Ése es el poder del cine como mecanismo de representaciones de dominación, de resistencia y de implicación emocional: motivar interpretaciones críticas atravesadas por experiencias e ideologías que van más allá de las propias intenciones conscientes de los realizadores. Por tanto, la película *Roma*, con todo y sus limitaciones, brinda herramientas para generar reflexiones iniciales sobre las condiciones del trabajo reproductivo remunerado en México, que cada quien tendrá la responsabilidad de profundizar en su vida cotidiana, y por ello vale no sólo la pena, sino también el placer visual de verla.

⁵ Marcelina Bautista, “Roma nos une”, *El Universal*, 5 de diciembre del 2018, <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/marcelina-bautista-bautista/nacion/roma-nos-une>.

TODO ESPACIO ACADÉMICO NECESITA UNA WENDY RHOADES

Sandra Cañas Cuevas

Introducción

Billions es la última serie que hubiera elegido ver. Pero ante la constante insistencia de mi compañero para que le diera una oportunidad y, sobre todo, ante el agotamiento de todas mis opciones en Netflix, no me quedó más remedio que verla. ¿Cómo no se iban a agotar mis opciones si lo único que hago por las noches y los fines de semana desde hace por lo menos dos años son maratones de series (*binge watching*)? Después de todo, Netflix no es una fuente inagotable. Sin embargo, la idea de ver una serie sobre inversionistas, manejo de fondos de cobertura e instrumentos de inversión, corrupción política y la vida de un multimillonario en los Estados Unidos no se me antojaba en lo más mínimo. Preferible anestesiar mi cerebro con cualquier otro tipo de serie excepto esa. Hasta la vida de Luis Miguel me parecía mejor idea, pero todavía no se estrenaba para entonces. Y ¿por qué tanta insistencia por parte de mi compañero para que gastara mis preciadas horas de descanso viendo a gente pelear por dinero e inversiones? “Tienes que conocer a Wendy”, insistió en repetidas ocasiones. “No te voy a decir más, pero tienes que conocerla”, decía. Así que cedí y finalmente vi la mentada serie: se desarrolla en la ciudad de Nueva York, en las oficinas de Axe Capital y del Procurador de Justicia de los Estados Unidos para el distrito sureño de ese estado, los dos principales escenarios en los que surgen enredos, manipulaciones y corrupción. El lector pensará que suena a un lugar demasiado común: colisiones entre el poder financiero y el político.

El primer episodio comienza con una escena de SSM (sexo sadomasoquista). En la pantalla aparece una mujer de pie, vestida con pantalones, chamarra de piel y tacones de aguja. El espectador no puede ver su rostro. En el suelo está un hombre acostado con la boca tapada, al cual la mujer se aproxima para presionar la punta de uno de sus tacones sobre su pecho, al mismo tiempo que le dice: “Necesitas que

te corrijan ¿no es así?”, a lo que él asiente dejando escapar un sonido afirmativo de su boca. La mujer tiene un cigarro en la mano y le dice: “Tal vez deje marcas que quemarán”, y lo quema. A continuación, le dice: “Déjame arreglarlo”, y orina sobre la marca que dejó el cigarro. Fin de la escena sadomasoquista. Hasta ese momento no sabemos quiénes son los personajes que la protagonizan.

Más adelante, en la casa de inversión Axe Capital, aparece una mujer vestida con traje sastre sentada en su oficina. Un hombre joven llega de pronto y, con angustia y frustración, le dice que su desempeño ha bajado un 4%, a lo que ella le responde: “No necesitas medicamentos. Estás escuchando la voz equivocada. Estás sintonizado con la que te grita a través de un altavoz que eres jodidamente estúpido y que tu desempeño apesta, y estás ignorando la voz silenciosa dentro de ti que te dice dónde está el alfa. Esa es la voz que te trajo aquí. Y ahí está todavía si quieres escucharla. ¿Qué te está diciendo esa voz?”. Son las palabras de la famosa Wendy Rhoades, psiquiatra que trabaja para el multimillonario Axel Rod, y que ha llevado a la casa de inversión Axe Capital a ser lo que es a través del trabajo terapéutico con cada uno de sus analistas, según la serie, algunas de las mentes financieras más brillantes de ese país.

Wendy cautivó mi atención por varias razones, principalmente porque como feminista me interesa la representación de las mujeres en general en las series y, en especial, de aquellas que ocupan posiciones de poder. Así, la supervivencia de un negocio multimillonario, en un ambiente comúnmente dominado por hombres, recae en una mujer brillante, preparadísima, elegante, sexy y con una presencia impresionante... ¡Ajúa! ¡Las diosas se rifaron! Su personaje me motiva a seguir viendo la serie. Bobby Axelrod es tan consciente del papel vital de Wendy que en algún momento le dice: “Tú valor para la firma es absoluto”. Incluso en repetidas ocasiones expresa abiertamente que es la columna vertebral del negocio: “Ella es el condenado animal espiritual de la compañía (...) Mi gente se cae en pedazos, ella los compone y los deja mejor que como eran antes”.

El ambiente laboral en Axe Capital es extremadamente competitivo. Se espera que los analistas tengan un alto rendimiento y que constantemente propongan nuevos proyectos de inversión, cada vez más redituables. En ese espacio predominan la presencia masculina, el individualismo y la avaricia. Todos quieren ser el analista más cotizado. Todos trabajan bajo niveles exorbitantes de estrés. La ambición de Bobby no tiene límites; debe ser el multimillonario más acaudalado del hemisferio norte. Así que Wendy y el cuarto de meditación con luz especial y sillas ergonómicas a disposición de los analistas no representan la generosidad de Bobby, mucho menos preocupación por ellos, sino una estrategia para incrementar su desempeño a como dé lugar.

Otro aspecto importante de la serie, en el que no ahondaré pero que mencionaré de paso, es que esta brillante mujer, que mantiene a raya los egos y las inseguridades de los inversionistas, y saca lo mejor de ellos para incrementar su productividad, está casada con el procurador de Justicia para el distrito sureño del estado de Nueva York, y que su relación representa un conflicto de interés a lo largo de la serie, asunto imaginable pero no así menos interesante. El procurador —esposo de Wendy— tiene aspiraciones políticas, y para ganar terreno implementa una política de —supuesta— tolerancia cero contra Wall Street, que lo lleva a perseguir a los peces grandes del mundo financiero —Bobby Axelrod es el multimillonario más controversial del momento—. En este ensayo quiero centrarme en la labor de Wendy y también en el lugar que ocupa para un multimillonario que no está dispuesto a perder lo que ha ganado.

Se preguntarán qué tiene que ver todo esto con la academia. Nosotros producimos conocimientos; ellos producen dinero y de manera totalmente cuestionable. Ciertamente, quizá parezca una extrapolación bastante forzada, pero desde que vi a Wendy Rhoades en acción pensé que nuestra salud mental se vería altamente beneficiada si cada centro de investigación, instituto, departamento, en fin, cualquier espacio académico, contara con alguien como ella (o varias), que mantuviera nuestros egos bajo control y que, a través del trabajo terapéutico, sacara lo mejor de todas y todos. ¿Idealista? No lo creo. No estoy pidiendo un cuarto de meditación con luz especial y sillas ergonómicas, aunque no nos vendría nada mal contar con espacios así. Basta ver el panorama de precarización laboral, así como la creciente presión para producir, y ni qué decir del individualismo, la verticalidad y deshumanización que estamos viviendo. Ni la ciencia ni los espacios académicos han logrado blindarse del mercado neoliberal, así que no somos tan diferentes a los empleados de la casa de inversión que dirige Bobby Axelrod. Y si todavía tienen dudas, piensen en los informes trimestrales y anuales que debemos elaborar para probar nuestro desempeño, así como en el sistema de humillación por excelencia, el *sni*. ¿Acaso no merecemos acompañamiento y bienestar emocional?

La dura realidad de la salud mental en la academia

Durante mi experiencia como estudiante doctoral en los Estados Unidos, me di cuenta de que el tema de la salud mental era un asunto de gravedad. Un número significativo de estudiantes de mi generación estuvimos medicados en algún momento durante el doctorado y buscamos ayuda terapéutica en la clínica universitaria. Ésta no se daba abasto ante la gran demanda de estudiantes ávidos de apoyo. Había que esperar varias semanas para poder tener cita con una psicóloga y

cada estudiante tenía derecho a un número limitado de sesiones.¹ Otra experiencia que me hizo percatarme de la dimensión del problema tuvo lugar durante una visita a Cornell, una de las universidades privadas más prestigiosas de ese país. Mientras recorría el hermoso campus situado entre pendientes y acantilados conectados por puentes, observé mallas de contención debajo de un puente ubicado en un acantilado particularmente profundo, así como teléfonos de emergencia a escasos metros del puente. Las mallas estaban ahí para prevenir que los estudiantes saltaran para suicidarse. Varios ya habían saltado para quitarse la vida.

La depresión y la ansiedad, entre otros problemas de salud mental, afectan a millones de universitarios. Algunas investigaciones arrojan cifras alarmantes sobre la situación (Shorr, 2007; Flaherty, 2018; Shackle, 2019). Un artículo de la BBC habla de que las universidades se han convertido en “máquinas de ansiedad”, y que la asistencia a servicios de consejería o terapia se ha incrementado tres cuartos entre el 2009 y el 2015. También señala que, si bien la preocupación en torno a la salud mental se había enfocado exclusivamente en los estudiantes, en los últimos años la situación de los profesores comienza a llamar la atención a partir del suicidio de al menos dos profesores reconocidos del Reino Unido (Richardson, 2019).

El deterioro del ambiente laboral en espacios universitarios y académicos, así como las consecuencias que tiene para la salud emocional de quienes ahí laboran, ha comenzado a discutirse más abiertamente en medios especializados en temas de educación superior (por ejemplo, *The Chronicle of Higher Education* e *Inside Higher Education*) y, en mucho menor medida, en revistas académicas (Fowler, 2015; Jago, 2002). Sin embargo, éste no es el caso de México. En nuestro país no sólo no contamos con cifras, sino que tampoco se ha abierto el tema a debate.

En publicaciones de índole testimonial, algunos profesores se han atrevido a contar sus historias y compartir los retos que enfrentan en los espacios académicos al padecer depresión y ansiedad agudas. Entre ellos, la imposibilidad de separar la vida personal del desempeño profesional, el miedo a ser considerados poco profesionales o incompetentes, así como cuestiones más estructurales como la insuficiencia de los sistemas de apoyo en un contexto en el que las universidades se ven rebasadas por la problemática. También han aventurado preguntas fundamentales sobre cuáles son las repercusiones de la salud mental sobre los estudiantes y la vida académica en general, y el tipo de ambiente y las dinámicas que

¹ En otro momento discutiré cuáles son las implicaciones para los estudiantes internacionales del sur global, comúnmente identificados como “estudiantes de color” en las universidades norteamericanas, así como las discriminaciones específicas que enfrentan las mujeres “de color” en esos ambientes académicos.

se crean cuando la vida académica nos orilla a portar máscaras de invulnerabilidad y seguridad en todo momento (Hartberg, 2019).

Según los resultados de una investigación citada en Richardson (2019), varios de los entrevistados compartieron que muy seguido escuchaban comentarios sobre su desempeño del tipo: “uno nunca hace lo suficiente, produce suficiente, ni se desempeña suficientemente bien ni rápido”. También predominan los testimonios de investigadores de recién ingreso, en su mayoría mujeres, en los que relatan que más de una vez escucharon a un colega o una autoridad decirles que tenían suerte de tener una posición o plaza, y que debían probar que la merecían (Gutiérrez *et al.*, 2012). ¿De qué formas podemos frenar tales agravios y crear ambientes menos tóxicos, más compasivos e incluyentes? ¿Es posible sostenernos y respetarnos en lugar de atacarnos y sabotearnos constantemente?

Necesitamos muchas Wendys

La tarea de la señorona Rhoades consiste en conocer a profundidad a cada uno de los analistas que trabajan para Axe Capital, incluidas sus historias familiares y cualquier conflicto pasado y actual con éstas relacionado, además de estar al tanto de sus fortalezas y debilidades; todo bajo la más estricta confidencialidad y profesionalismo. Wendy no sólo trabaja con los analistas, también muy de cerca con el jefe de lugar. A lo largo de los episodios se observa que participa en reuniones clave, además de las sesiones individuales que sostiene con los analistas. La gran habilidad de Rhoades la lleva a anticipar problemas; sin dificultad alguna identifica conflictos en ciernes, toma cartas en el asunto y aborda a las personas para disuadirlas de sus acciones. Vaya, es capaz de poner a dialogar a enemigos acérrimos (¿acaso no necesitamos esto en la academia?).

En un ambiente en el que predominan el análisis, el cálculo y la estrategia, es decir, la mente racional, la “Dra. Mojo”, como algunos la llaman, empuja a los analistas financieros para que contacten con sus instintos y aprendan a trabajar con sus emociones:

Wendy: Pero cuando se trata de lidiar con otros seres humanos, tenemos que conducirnos desde el instinto.

Taylor: Yo no confío en el instinto.

Wendy: Eso es porque lo estás definiendo de una forma espiritual. No. En lugar de eso piensa en tus tripas como tu parte más profunda, la que puede hacer cálculos en el plano más alto. Identifícala. Sepárala de tus miedos, de tus esperanzas, de otras voces en tu cabeza. Porque si no cultivas el instinto y lo escuchas, estás jodidamente perdida (Temporada 3, episodio 6, minuto 15).

Wendy también trabaja con el dueño, Bobby, quien constantemente recurre a ella para consultarla acerca de las decisiones más importantes de la casa Axe Capital. Su labor con él es fundamental, ya que mantiene a raya su ego y lo presiona para ser mejor líder:

Wendy: Busca un momento en el pasado cuando tu rabia te sirvió, cierra tus ojos, deja que ese momento venga a ti...

Bobby: Esa rabia creció en mí, funcionó como gasolina de jet por años.

Wendy: Fue útil.

Bobby: Sí, encabronadamente... Me trajo aquí.

Wendy: Estamos de acuerdo en que esa rabia funcionó por un tiempo, pero ahora busquemos un momento en el que fue la herramienta equivocada y te costó más de lo que hizo por ti... Cuando permites que tu rabia te vuelva ciego a las consecuencias, bloquea tus habilidades más cruciales (Temporada 3, episodio 1, minuto 13).

Wendy es algo así como una sensei. En un día de trabajo cualquiera, desde su sobria oficina, aparece en escena observando detenidamente lo que acontece a su alrededor. También se la ve caminando por los pasillos en silencio, tomando nota mental de la presencia de cada uno de los analistas de Axe Capital. Si hay algún asunto pendiente con cualquiera de ellos, basta con que use su mirada láser para que el analista en cuestión se dé por enterado y haga acto de presencia en su oficina. Ben Kim, joven de origen asiático, graduado de Stanford y Wharton, tímido y de modales impecables, cruza la puerta de la oficina de Wendy:

Wendy: Pensé que estábamos avanzando cuando escuché cómo te defendiste ante Dollar Bill (uno de los empleados más agresivos del lugar).

Ben: (sentado frente a Wendy con cara de angustia) ¡Yo también!, pero no duró. Pienso que, de alguna manera, esa reacción me ha hecho todavía más tímido.

Wendy: ¿Qué sucedió hoy?

Ben: Como sabes, estamos buscando generadores de efectivo a corto plazo. Yo tenía una propuesta... (recuerda la escena en el baño, mientras todos están orinando), pero no pude plantearla, y después, ni siquiera pude ir...

Wendy: ¿Ir?

(Previamente en la escena del baño, mientras los presentes esperaban a que Ben lanzara su propuesta, él sólo atinó a decir: “Es difícil concentrarse con todos ustedes observando en este momento”).

Ben: Al baño, tuve miedo de orinar.

Wendy: Ven, vamos a caminar (por la oficina). Nosotros evaluamos a cada uno de los que trabajan aquí para ver quién podría ser candidato para ocupar una de esas oficinas (señala las oficinas privadas que están en el segundo piso. Cabe mencionar que la mayoría de los analistas están sentados uno al lado del otro en un espacio abierto y común, en donde carecen de privacidad).

Ben: ¿Las oficinas de la suite C? (el premio mayor, por decirlo de alguna manera).

Wendy: Eso es correcto. La mayoría del tiempo esas evaluaciones sólo confirman que la gente está exactamente en donde tiene que estar... No pueden superar sus mejores resultados o peor aún, van en picada y pareciera que no pueden hacer nada al respecto.

Ben: ¿Eso es lo que dice la mía?

Wendy: ¿Te hubiera traído aquí si estuvieras en esa situación?

Ben: ¿No...?

Wendy: Bueno, tal vez sí lo hubiera hecho, si pensara que necesitabas una sacudida, pero no es eso. Esto es lo que sucede: ahora, en este momento, si finalmente quieres vivir a la condenada altura de tu potencial en lugar de andar en espiral, debes encontrar la manera de cambiar de paradigma. Ésa podría ser tu oficina, o ésa, la del cio (Chief Information Officer: Jefe de la Oficina de Información), para escoger estrategias, o la del coo (Chief Operations Officer: Jefe de la Oficina de Operaciones), para manejar el riesgo, tal vez incluso el...

Ben: ¿Dueño?

Wendy: Sí, en lugar de estar allá abajo con ellos.

Ben: Pero ahí es en donde estoy cómodo.

Wendy: No, ahí es en donde te has acomodado porque estás tan acostumbrado a ser la versión más pequeña, servicial y discreta de ti mismo. Tal como tu madre te enseñó. Ahora, lo que necesitas hacer para probar que está equivocada y probártelo a ti es algo totalmente fuera de lo común, grande y atrevido. Algo público que te aterre para poder liberarte. Algo como recitar un soneto frente a una multitud. Invita a los de la oficina a que te vean lanzarte en paracaídas, conviértete en orador. Algo totalmente fuera de lo común. Tienes que atravesar la barrera de confianza, porque entonces también atravesarás la barrera de la Suite C (temporada 3, episodio 10, minuto 20).

Ben se queda pensativo y angustiado ante las sugerencias de Wendy; su ceño no puede estar más fruncido. Pareciera que va a sufrir un ataque de pánico. Poco tiempo después de este intercambio, Wendy busca a Ben en su escritorio para preguntarle si ya hizo la tarea que le encomendó. Ben le responde que aún no, y antes de que pueda justificarse ella le dice: “A mí no me digas la palabra ‘no puedo’. Lo harás, la única pregunta es cuándo”.

De pronto, de la nada, Ben ve la oportunidad de exponerse. Varios inversionistas potenciales acaban de salir de una reunión “exitosa” y se dirigen al elevador con el dueño de la compañía. Al verlos, Ben se levanta de su asiento y mientras camina hacia el elevador busca algo en su celular... Wendy se percata de su iniciativa y trata de disuadirlo diciéndole que ahora no es el mejor momento, pero lo hace en voz baja para pasar desapercibida, y Ben no la escucha. Wendy insiste con señas, pero Ben está demasiado concentrado con su celular. Ya es demasiado tarde, logró colarse al elevador con el grupo de gente importante, incluido su jefe Bobby. Se cierra el elevador y comienza a sonar una canción, Ben le da el celular a uno de los inversionistas potenciales y se ponen a cantar y bailar en medio de todos al ritmo de la canción “Hot In herre”, interpretada por Nelly. Los mira directamente a los ojos, ellos parecen desconcertados e incómodos, pero él sigue bailando cada vez con más entusiasmo, se quita el chaleco, la camisa (después de todo la letra de la canción dice que “ahí hace cada vez más calor”), y se acerca a varios de los presentes, haciéndola de “stripper” y rompiendo los límites aceptables de la distancia corporal. Su jefe Bobby lo llama por su nombre varias veces intentando frenarlo, pero Ben sigue; incluso llega a tocar su entrepierna al tiempo que mueve la cadera de atrás hacia delante, y soba la cabeza a otro de los señores ahí presentes.

La siguiente escena tiene lugar en la oficina de Bobby: Ben sentado en el banquillo de los acusados. Bobby le pregunta qué demonios fue lo que pasó; está molesto porque los inversionistas se retiraron de la jugada ofendidos por el incidente en el elevador. Ben traga saliva y expone su propuesta, una buena oportunidad de inversión para Axel Capital, a lo que Bobby responde: “Condenadamente bien hecho Ben Kim... quizá la próxima vez déjate la playera puesta”. Ben se levanta de su asiento, el regaño no fue tal, y sale de la oficina sonriente, erguido y satisfecho.

Reflexiones

Mojo en inglés quiere decir “poder, vitalidad, encanto, chispa”. Por eso llaman Dra. “Mojo” a Wendy Rhoades, porque tiene la habilidad de hacer que la gente se reencuentre con su chispa. ¿Cuántas veces nos hemos sentido como Ben Kim, pero no contamos con el sostén ni el empuje de alguien como la Dra. Mojo? ¿Acaso no sería deseable que la academia se convirtiera en un espacio en donde todas y todos pudiéramos sentir y potencializar nuestros “mojos”, en lugar de alimentar

divisiones y conflictos y boicotearnos constantemente? Sí, lo sé, soy una idealista, pero soñar no cuesta nada. No todavía.

El personaje de Wendy es un pretexto para abrir la discusión de un tema urgente: la salud mental en los espacios académicos o universitarios, y lo quise abordar con un poco de sentido del humor. En lo personal, los maratones en Netflix me han servido para “anestesiarse” la mente ante el estrés laboral, pero cada vez que veo el último episodio de cualquiera de las series entro en pánico. Lo que quiero decir con esto es que su eficacia es limitada. Una vez concluido mi fin de semana de atracón, debo enfrentar la realidad: la academia es o puede ser un espacio tóxico.

Llama la atención que en México no contamos con datos sobre la situación de la salud mental en la universidad, y mucho menos con estrategias de prevención y apoyo. Incluso pareciera que la salud mental es un tema tabú, y que cada persona tendría que resolver “sus asuntos psicológicos o emocionales” individualmente y de manera privada, como si la vida se pudiera compartimentar de esta manera. Además, no se trata de un asunto personal, sino institucional. Las universidades se están convirtiendo en máquinas de estrés y ansiedad, y la situación de la salud mental tendría que ser discutida abierta y responsablemente por todas y todos.

Quisiera pensar que encontraremos maneras de revertir la precarización laboral y el asalto neoliberal a la ciencia y las universidades. Mientras eso sucede, si lo que se espera es que constantemente elevemos nuestros índices de productividad académica, que las universidades se pongan serias y nos brinden el apoyo que se necesita para lograr ese objetivo. A Bobby le funcionó contratar a Wendy para potencializar el trabajo de sus analistas, ¿no? Si ésta es la tendencia, lo mínimo que las instituciones de educación superior deben hacer es ser consecuentes.

Más allá de la ironía y de los índices de productividad, si la universidad es o aspira a ser un espacio de generación de debate y conocimiento crítico, tendría que impulsar maneras de convivir y coexistir más saludables y humanas. La contención y el apoyo emocional deberían ser políticas institucionales. Se necesitaría de muchas Wendy Rhoades que polinizaran todos y cada uno de los espacios académicos. Ésa sí podría ser una estrategia para bajarse del tren neoliberal. Para concluir, espero que nunca lleguemos a necesitar redes de contención como las que tuvieron que instalarse en la Universidad de Cornell. Quizá todavía estamos a buen tiempo de construir redes de solidaridad y ayuda profesional.

Referencias

- Fowler, Sean (2015) “Burnout and depression in academia: A look at the discourse of the university”. *EJPC*, 6(2), 155-167.
- Flaherty, Colleen (2018). “A Very Mixed Record on Grad Student Mental Health”, *Inside Higher Education*, <https://www.insidehighered.com/news/2018/12/06/new-research->

graduate-student-mental-well-being-says-departments-have-important?fbclid=IwAR33owMWEH2uvtDWqIzAFK_drMwme3bR1zfs0AVT4F24i3cnwXizPENIAzY#.XALBDRpMXDA.facebook.

- Gutiérrez y Muhs, Gabiella et al. (2012). *Presumed Incompetent: The Intersections of Race and Class for Women in Academia*. Utah: Utah State University Press.
- Hartberg, Yasha (2019). “Depression and anxiety threatened to kill my career. So I came clean about it”, *The Guardian*, https://www.theguardian.com/society/2019/sep/10/depression-and-anxiety-threatened-to-kill-my-career-so-i-came-clean-about-it?CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR22KPQx-BrJIVNY9SEvY05DkXUARHMPNg49Iz_ncIqxqNSmm9qWFRYabp_4#Echobox=1568106482.
- Jago, Barbara (2002). “Chronicling an academic depression”. *Journal of Contemporary Ethnography*, 31(6), 729-757.
- Richardson, Hannah (2019). “University counselling services ‘inundated by stressed academics’ ”, *BBC News*, https://www.bbc.com/news/education-48353331?fbclid=IwAR0hDIOPVzIBUh8Op4Yp7EE0m36p-IqXT1bqsk0_iBl_cXBt4rzqFQC0Zhg.
- Shackle, Samira (2019). “The way universities are run is making us ill: inside the student mental health crisis”, *The Guardian*, https://www.theguardian.com/society/2019/sep/27/anxiety-mental-breakdowns-depression-uk-students?utm_term=Autofeed&CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR0rAQldKdanwsFSFNlPoKEeH3j_CAxchMx88U2_i63QXYINTcjrwc8J6zQ#Echobox=1569799607.
- Shorr, Ardon (2007). “Grad School Is Hard on Mental Health. Here’s an Antidote”, *The Chronicle of Higher Education*, <https://www.chronicle.com/article/Grad-School-Is-Hard-on-Mental/240626/?fbclid=IwAR0LfcIj2USXGCJxKo2CMD0Yx9uQrDw6--vBvmlLHnomgLWjoFZrmGELjlo>

ESTOCOLMO: ¿FIJARSE EN EL HOMBRE EQUIVOCADO EN EL PEOR MOMENTO POSIBLE?

María Angélica Garzón Martínez

“If I stay with you, if I’m choosing wrong,
I don’t care at all,
If I’m loosing now, but I’m winning late,
That’s all I want”.
My life going on, Cecilia Krull

A dos cuadras de la calle Alcántara de Madrid, España, camina Estocolmo. Viste traje negro, sobretodo color caqui, tacones, y ondea el cabello rubio recogido. Empuja un cochecito de bebé. No está nerviosa, por el contrario, sonríe con aquella sonrisa que sólo las vencedoras pueden tener en el rostro: un plan que ella no planificó, en apariencia, pero que ejecutó magistralmente. ¿Quién iba a pensar que la asustadiza Mónica, ahora en la piel de Estocolmo, iba a ser la verdadera ganadora del juego?

La forma de ver televisión se ha revolucionado. Ésta es la premisa de varios estudios dedicados a la narrativa televisiva para explicar el fenómeno desatado por plataformas como Netflix, que lograron trastocar definitivamente el mundo del consumo y del entretenimiento (Jenner, 2018; Heredia, 2017; Almeida, Gouveia y Costa, 2015). Y con la transformación de las formas también cambian, en la ecuación comunicativa, los quiénes y los porqué, y nacen nuevos públicos que no se limitan a ver u opinar, sino que demandan acciones, cambios, interacciones a partir de páginas web, chats, club de fans, Facebook, Instagram y toda una serie de redes dispuestas para este fin; también contenidos ágiles que dejan atrás los eternos “culebrones” de las clásicas telenovelas mexicanas, venezolanas y colombianas, para trasladarse a historias más cortas, de fácil entendimiento, pero con una carga mayor de intensidad y dramatismo.

La construcción de personajes que poco se dejan encasillar en las vías morales del bueno o del malo, que actúan mediante fuertes pasiones enmarcados en

circunstancias extremas, resulta fundamental para la elaboración de las tramas que estos nuevos públicos y formatos exigen. Personajes alejados de los ya tradicionales que no resultan héroes ejemplares, sino lo contrario, antihéroes carentes de afinidades sociales que se debaten entre el individualismo y el bien colectivo: tercos, torpes y dejados; pero poderosos, divertidos y simpáticos. Son los ejes clave sobre los cuales se construye el drama y, a partir de aquí, la trama de la historia. Con ellos se genera, en términos de Montoya y García (2016), la unidad narrativa. Cuando estos personajes son femeninos, antiheroínas que rompen los moldes tradicionales del “deber ser” mujer, sin caer en la simple dualidad madre-prostituta, las cosas se tornan un poco más complejas y la experiencia de la expectadora mucho más enriquecedora, por no decir perturbadora.

Reflexionar respecto a lo que un personaje y su desarrollo durante la trama implica para ésta es lo que me interesa en el presente ensayo. Para ello recorro a Mónica Gaztambide de la serie *La casa de papel* (Pina, 2017), pues encuentro en su personaje la síntesis de elementos que dan cuenta de las nuevas narrativas televisivas, de la forma en que se construyen las representaciones de la feminidad, y de la interacción que como espectadoras tenemos con dichos elementos. En efecto, a pesar de que en principio la historia de Mónica aparece como secundaria, con el desarrollo de la serie adquiere un realce importante hasta convertirse en determinante; es decir, en un personaje principal de la trama sin la cual ésta no podría presentar los giros inesperados que la caracterizan, ni dejar “abierto” un final que invita, seduce y casi obliga a esperar con ansias nuevas temporadas.

En el marco de una trama que juega constantemente con múltiples niveles de engaño —el robo, la identidad de los personajes y los secretos que cada uno esconde—, el caso de Mónica es el más interesante. En principio, se muestra como una mujer de clase media, trabajadora y estereotipada desde la idea de la maternidad, pero a medida que avanza la historia, sufre transformaciones profundas aunque poco evidentes. Mónica miente a sus compañeros y compañeras de cautiverio, a sus raptos, y a nosotras como espectadoras. Nos hace pensar en su vulnerabilidad, su miedo, su penosa situación. Con una bala metida en la pierna y un bebé en el vientre, Mónica nos convence, nos manipula y nos hace cómplices. La magia que encierra su personaje es que el engaño no es perceptible ni para los personajes de la historia ni para nosotras mismas. Logra instaurar una duda constante y pegajosa que no nos deja en paz, y que la ubica en la genialidad de los personajes televisivos: ¿es cierto que Mónica siempre elige al hombre equivocado en el peor momento posible?

Ojalá se me hubiera ocurrido a mí

“Pensad que cada día los telediarios estarán hablando de nosotros, que cada familia de este país se estará preguntando qué estamos haciendo, ¿y sabéis qué van a pensar? Van a pensar ¡qué cabrones! Ojalá se me hubiera ocurrido a mí (...)

—Profesor.

—¿Señorita Tokio?

—¿Qué vamos a robar?

—La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre”.

La casa de papel es una serie creada por Álex Pina que cuenta la historia de un atraco perfecto ejecutado por seis ladrones (Río, Denver, Berlín, Oslo, Moscú y Helsinki) y dos ladronas (Tokio, Nairobi), identificados con nombres de ciudades, quienes, bajo el mando de un personaje llamado el Profesor, ingresan a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre española para hacerse de 2,400 millones de euros. Como parte del atraco, toman por rehenes a las personas que trabajan en la fábrica y a un grupo de estudiantes que la visitan. A los atracadores se opone un equipo policial encargado de resolver la toma, encabezado por la inspectora Raquel Murillo, una mujer decidida, audaz e intuitiva que, en medio de un divorcio difícil y víctima de violencia intrafamiliar, debe lidiar con las diferentes fuerzas que presionan la situación.

Estrenada en mayo del 2017, con dos temporadas que en total suman 15 capítulos y una tercera temporada estrenada el 19 de julio del 2019, *La casa de papel* representa uno de los fenómenos más importantes de Netflix, pues es la serie en lengua no inglesa más vista en la plataforma. Con una inversión mínima en términos de publicidad, llegó a un número indeterminado de espectadores y se volvió “viral” gracias al voz a voz que suscitó en los suscriptores (*Semana*, 2018). A través de una premisa simple que lanza a la espectadora irremediamente a la simpatía o la condena de los personajes —“no estamos robando, estamos fabricando nuestro propio dinero” (el Profesor)—, *La casa de papel* logra plenamente el cometido de la banda al mando del Profesor: conseguir la simpatía de la opinión pública o, por lo menos, su atención.

A pesar de no haber sido concebida para el mundo del entretenimiento en internet, *La casa de papel* logra posicionarse de forma importante en él, gracias a un esquema de ficción que propone al espectador un ritmo desenfrenado de situaciones. Al final de cada capítulo, éstas quedan sin resolver, con la integración de nuevos elementos a la trama en un ambiente de tensión continua. En efecto, *La casa de papel* responde a un renacimiento de la ficción española iniciado desde principios del siglo XXI, el cual se caracteriza por la transformación de una audiencia permeada por la telerealidad, y por referencias simbólicas mucho más amplias que las

antiguas instituciones familiares, escolares u hospitalarias. Esta audiencia, como bien lo señala García de Castro (2008), exige tramas extremas, historias de Robin Hoods modernos que se transforman constantemente en “hijos de puta” y vuelven a transformarse: de vulgares ladrones vestidos de mono rojo y máscaras de Dalí, a la resistencia que entona un himno revolucionario: *ciao bella, ciao bella*.

En este sentido, la serie responde bien a las nuevas corrientes televisivas españolas que trabajan la ficción desde personajes comunes que, envueltos en situaciones cotidianas, se encuentran ante una “doble vertiente moral” (García De Castro, 2008) propia del mundo contemporáneo y su exaltación de lo efímero. Esto da paso a historias de antihéroes poco ejemplificantes que logran calar en un público que ya no se conforma con situaciones románticas, aleccionadoras, de final feliz. Y es que, con una fábula ya conocida en el mundo del entretenimiento —un equipo que logra el crimen perfecto tras seguir un plan genialmente establecido—, la serie captura el interés de su público al presentar personajes intensamente contruidos que pueden ser tanto amados como odiados, adictivos y estremecedores. Los giros en las situaciones, el ritmo de la acción y la fluidez con que se desarrolla cada capítulo no permite una pausa ni para ir al baño, y qué decir de comer o dormir, acciones vetadas cuando una ya está enganchada con la trama.

Como ya lo han señalado varias reseñas, *La casa de papel* no sólo narra la historia del robo a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, sino la imposibilidad, por parte del Profesor, de lograr la perfección de un plan a pesar de haberlo diseñado milimétricamente, a causa del componente humano. El único error posible: el amor, previsto por él mismo como el elemento que podría arruinar sus planes. Por ello le impone a su equipo tres normas de estricto cumplimiento: nada de nombres ni preguntas personales y, por supuesto, no enamorarse. Pero rompe la regla al sentirse atraído por la inspectora Raquel Murillo, quien está a cargo del caso, y con quien sostiene un romance que lo lleva a perder algunas de las riendas del plan. Tokio, una de las asaltantes, inicia una relación amorosa con Río, otro de los asaltantes, durante su entrenamiento en la casa de Toledo. El primer paso en falso que dan, el primer error, lo da Tokio al pensar que Río es herido de muerte. Otro de los integrantes de la banda de atracadores, Denver, se enamora de Mónica tras pasar horas con ella cuidándola de un tiro en la pierna que él mismo le infringe.

Pero no es el amor la pasión que amenaza con arruinar la racionalidad del plan. Sentimientos más potentes aparecen a lo largo de la serie y toman a los personajes, los fraccionan, los hacen actuar a favor o en contra de ellos mismos: el miedo, la soberbia, el instinto de conservación, el poder, la competencia, la inseguridad, el dolor y la desconfianza son aspectos que marcan la vida tanto al interior como al exterior de *La casa de papel*. Dichos elementos determinan el curso de acción del plan del Profesor. En medio de la maraña de emociones, sentimientos e intensidades, los

personajes forjan su carácter, enfrentan sus miedos y, para bien o para mal, toman partido, como lo hace una misma cuando se decide por la simpatía hacia la banda de ladrones-secuestradores o su condena. En este contexto, Mónica, en apariencia sumisa y temerosa, se deshace de la piel falsa que la cubre para convertirse en algo que posiblemente no sueña, pero que sí realiza: en la decidida, y por qué no, multimillonaria Estocolmo.

Señorita Mónica Gaztambide: ¡un paso al frente!

De los personajes femeninos de la serie, Mónica parece el más vulnerable. Ejerce como secretaria del director de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, quien a la vez es su amante: Arturo Román, hombre casado, con tres hijos, que se autodeclara estéril y utiliza como clave para desbloquear su teléfono celular la básica combinación del 1, 2, 3. Por lo que se deja saber desde el principio de la serie, Arturo viene dándole largas respecto a su situación: dice que se quiere divorciar de su esposa; se lamenta de que la situación matrimonial es insoportable, pero no toma medidas al respecto, y lo peor de todo, no se alegra con el anuncio del nacimiento de su cuarto hijo (de Mónica). Por el contrario, le reprocha recordándole que es un hombre estéril, por lo que duda de su paternidad, y la ofende al llamarla irónicamente “Shiva”, diosa de la fertilidad.

Arturo nunca pierde su lugar de jefe; todo el tiempo le da órdenes a Mónica, y ella cumple, silenciosamente. Sí, es una mujer cumplidora que poco se cuestiona sobre su vida y sus pésimas elecciones, como ella misma lo dice: “Siempre elijo mal. Elijo a un tío casado, me quedo embarazada de él, luego viene otro tío que me dispara en la pierna, y voy yo y me enamoro”. Con la llegada a la fábrica de un grupo de asaltantes vestidos de rojo e identificados con máscaras de Dalí, Mónica debe elegir de nuevo y, en primera instancia, opta por la sumisión, con una pistola que le apunta al pecho:

—La señorita Mónica Gaztambide, un paso al frente por favor — ordena Berlín.

—Soy yo —contesta ella acatando la orden.

—Quiero que conteste el teléfono y convenza a quien sea de que estamos cerrados por un problema técnico —dice Berlín.

—Así lo hace Mónica.

Resulta tan buena para cumplir órdenes, que Berlín —líder de los asaltantes— vuelve a recurrir a ella, esta vez para que lea un comunicado sobre el estado de salud de los rehenes, y advierta que resulta imposible distinguir, como todo en esta trama, entre buenos y malos, porque todos están vestidos de la misma

forma, lo cual realiza al salir por la puerta principal de la fábrica escoltada por sus secuestradores, y vestida con un mono rojo y máscara de Dalí. Como la mujer sumisa que es, Mónica también resulta buena rehén: hace caso de las instrucciones que Berlín da, no las cuestiona, no solicita su liberación, no lloriquea ni se pone histérica. Solamente calla y cumple.

Su mayor virtud o defecto es que los demás siempre imponen su voluntad sobre ella. Mónica se muestra como una mujer apacible, apagada, noble al extremo, un poco tonta. Se deja desorientar fácilmente y esto la hace susceptible a cualquier tipo de manejo. Por ello Arturo, como amante o como jefe, abusa constantemente de ella. Después de maltratarla de todas las formas posibles por su embarazo, le promete lloriqueando que conformarán un hogar cuando salgan del secuestro; pero le pide que ejecute en su lugar la misión más peligrosa para, según él, liberarse de la situación: tomar un teléfono celular del cual los secuestradores no se han percatado, con el fin de contactar a los policías y darles información que les sirva para someter a la banda. Mónica realiza el plan al pie de la letra.

Pero como en Mónica no hay rastro de maldad, olvida apagar el celular que lleva escondido entre los pantalones y el tono de un mensaje entrante la descubre ante Berlín y su guardián Denver. Minutos antes, Denver le ha abierto su corazón y contado parte de su historia: un niño no deseado que creció entre las drogas y la cárcel sabiendo que su madre intentó abortarlo, pero fracasó en el intento. Berlín sabe que las faltas a la disciplina impuesta por él deben pagarse, y Denver se encuentra decepcionado por el engaño de Mónica. Rápidamente los raptos la juzgan culpable y deciden su pena: Mónica debe morir.

Entonces, en un baño público, Mónica siente de cerca la muerte. Sus minutos están contados. El posible asesino, Denver, está lleno de ira contra ella. No hay nada que la pueda salvar, a excepción de las súplicas que con el rostro lleno de lágrimas lanza a su agresor, pero sin lograr resultado. Suena un disparo y la pantalla se oscurece. Cuando regresa la luz a la escena, Mónica sigue con vida y ha obtenido su primera victoria al doblegar la voluntad de Denver y delinear el camino para avanzar en su treta, a pesar del disparo en la pierna. Escondida en una de las cajas fuertes de la fábrica y previendo lo que próximamente será de ella, Mónica se recupera al cuidado de Denver.

Mientras tanto, Arturo resulta herido. Se debate entre la vida y la muerte, y en la única oportunidad que los captosres le dan para hablar con su esposa, la confunde con su amante, llamándola Mónica, y la humilla aún más con promesas de recomponer su matrimonio. Me hace sentir asco. Es el mismo asco que siente Mónica al reencontrarse con Arturo después de que éste la creyó muerta y sentir su abrazo moribundo. A estas alturas del partido, la devoción que dice sentir el jefe de la Fábrica de Moneda ya no es útil para ella; los planes han variado; sin embargo, la situación aún es inestable, cualquier cosa puede suceder.

Así, herida, sucia y casi deshecha, en esa bóveda llena de dinero, escena que funciona como premonición, Mónica sonríe tiernamente, mira a Denver de forma cariñosa y lo besa. Denver responde bien a la situación y con un furor desenfadado se abraza a Mónica, se desviste, la desviste, la recorre a besos y se entrega a ella. El plan se pone en marcha. Esta vez no hay asco en el cuerpo de Mónica, únicamente placer. Ha logrado sobrevivir, tener a Denver a sus pies, engancharse sigilosamente en el plan perfecto. Poco a poco, Estocolmo comienza a mostrarse: “porque las princesas también tienen su vida y sus secretos”, nos advierte susurrante la voz de Tokio.

¡Una experiencia bonita, una idea maravillosa!

Como las mujeres que hemos pasado por esa experiencia, Mónica, sentada en el inodoro del baño más cercano a su oficina, con los calzones abajo, mira la prueba de embarazo, ubica dos líneas azules y siente miedo. Yo también sentí ese miedo cuando mi prueba de embarazo arrojó dos líneas azules. En una escena semejante, sentada en el inodoro del baño de mi habitación, con los calzones abajo y después de haber planificado mi embarazo, lo primero que pensé fue abortar. Me desbordó totalmente la idea de ser madre, de gestar un ser en mi vientre, de la responsabilidad que se me venía encima. Mónica, por el contrario, y a pesar de sentirse muy atemorizada por lo que significaba estar embarazada de su jefe, esgrimió una leve sonrisa y decidió ser madre; le parecía, según sus palabras: “¡una experiencia bonita, una idea maravillosa!”.

Con la prueba de embarazo en las manos, Mónica se siente por primera vez poderosa. Tiene la posibilidad de presionar a Arturo para que deje a su esposa; ya no será la amante, sino que se casará con él. Esta vez le demostrará al mundo que sus elecciones no son equivocadas. Pero todo cambia con la falta de entusiasmo de Arturo y la duda instalada de que posiblemente él no sea el padre del hijo que espera. La rabia se apodera de Mónica y se suma la tensión en el secuestro.

Una mujer cómplice e intuitiva detecta en el primer momento el drama de Mónica: “¿Parece que tu jefe no te cae bien?”, pregunta Nairobi. Mónica la mira en búsqueda de eso que necesita: un consejo o, mejor, una aprobación. “He visto el predictor (prueba de embarazo) que está en tu mesa y ahora me imagino quién puede ser el padre —continúa diciendo Nairobi—. ¿No le ha gustado el regalito? ¿Qué te ha dicho? ¿Que no se quiere hacer cargo?”. Mónica afirma con la cabeza en silencio. Aunque las mujeres no lo saben, tienen más en común de lo que pueden imaginar. Nairobi entiende plenamente la situación por la que pasa Mónica y su dolor. Con la mirada profunda que la caracteriza, mira a Mónica y le pregunta: “¿Qué piensas hacer?”, y ella contesta: “Abortar”. La decisión de Mónica está

plenamente tomada, tan es así que cuando Berlín comienza a hacer un listado de los medicamentos que requiere el grupo de rehenes, Mónica solicita una píldora abortiva, sin importarle la cara de desconcierto de Arturo.

En medio de su propio drama, Mónica encuentra a Denver, el elemento menos brillante de la banda. La ha estado buscando para hablar con ella a solas. Es un chico apuesto, discotequero, que cuenta con la suficiente sangre caliente para hacer lo que sea necesario. Sueña con comprarse un Maserati “color azul cielo despejado” y un gimnasio de artes marciales con la parte del botín que le corresponde. También unos pulmones para reparar los de su padre —Moscú—, dañados por el trabajo en las minas. Cuando llega el momento, Denver transmite sus pensamientos a Mónica: abortar es mala idea. Como piensa que su problema es monetario, le entrega un fajo de billetes con los que puede criar a su hijo sin que nada le haga falta. Ése es Denver, un tipo rudo pero lleno de nobleza.

Tal vez el temperamento de Denver, su historia de vida tan distinta a la de ella, o el cuerpo torneado, pero algo seduce a Mónica, quizás su debilidad. Entre los asaltantes, él pierde la cabeza fácilmente, es el menos disciplinado o sistemático, y constantemente da muestras de eso que tanto necesita: ser amado; presa fácil para una mujer experta en artimañas ¿Es Mónica esa “experta”? Para ella, Denver podría llegar a ser el hombre “no equivocado”, y la situación, independientemente de lo complicado, la “ideal”, a pesar de que las apariencias indiquen lo contrario.

Es domingo, son las 15:15 horas, han pasado 53 horas de atraco y Mónica siente sed. Su cuidador, Denver, duerme sobre el suelo, y a su lado hay unas botellas de agua. Mónica se arrastra para tomar una de ellas. Lo peor ya ha pasado. En una delirante intervención quirúrgica efectuada entre Moscú y Nairobi, quienes no tienen idea alguna de medicina, primeros auxilios o cuidados básicos, han logrado salvar a Mónica de una infección que amenaza su vida y la de su hijo. Mónica se arrastra y, de todas las vías posibles para llegar a la botella de agua, elige pasar por encima del cuerpo sudoroso de Denver, una elección que para el espectador puede parecer desconcertante, sexy, alcahueta o alocada. Mónica se muestra divertida, encantada con cada ocurrencia de su nuevo amor. Se besan, se abrazan, se funden en el piso de una caja fuerte y allí, cierran su pacto. Un pacto basado en fundamentos falsos: “Te lo digo yo, que soy una cobarde”, confiesa Mónica a Denver. Él la contradice, la llama la secretaria Nikita y baila para ella. Alianza cierta que se ratifica cuando Mónica se niega a irse con Arturo en un presunto plan de fuga que éste ha fraguado en un único acto heroico en el secuestro, pero matizado cuando encuentra a su secretaria, su amante, desnuda en brazos de uno de los asaltantes.

Lo que Mónica experimenta, afirman los discursos médicos, se llama síndrome de Estocolmo, trastorno mental caracterizado por la generación de vínculos

afectivos de dependencia entre las víctimas de un secuestro y sus captores. Este síndrome, conocido con las siglas SIES, ha sido definido por la Asociación Americana de Psiquiatría y la Organización Mundial de la Salud como un desorden psicopatológico caracterizado por: “un conjunto de signos y síntomas clínicos con entidad propia de modo que pueda llegar a constituir una categoría patológica determinante de diagnóstico diferenciada” (Montero, 1999: 3). De acuerdo con Montero (1999), la violencia física —un disparo en la pierna, el hecho del encierro— limita la aparición del síndrome; también la capacidad del rehén de focalizarse en recursos de control interno y el hecho de no encontrar en los motivos del secuestrador un corpus ideológico que tenga influencia en el rehén —comprar un maserati “color azul cielo despejado”—:

Así, el proceso de identificación víctima-secuestrador parte de un estado de desestructuración psicológica y de la superación de la indefensión aprendida o de la posición pretendidamente embriológica de la dependencia regresiva (Alonso-Fernández, 1994 o Aguirre Batzan, en prensa), para adentrarse en la construcción de un modelo mental inducido por la naturaleza traumática del contexto y sus repercusiones, que incorpora un marco referencial que podríamos denominar “de tránsito” y una identidad de compromiso adoptados por el rehén. De este modo, tenemos que la víctima ensaya la composición de una especie de alianza con el secuestrador con el fin de protegerse. El modelo mental recoge ideas, razonamientos y argumentos del secuestrador conformando un tipo de escenario de operaciones, digamos, igual que un escenario común idealizado donde entrar en contacto con ese corpus doctrinal que se presume el centro referencial del propio secuestrador. Este conjunto de ideas será el territorio mental donde, si la víctima consiguiera introducirse, podría alcanzar diversos niveles subjetivos de seguridad (Montero, 1999: 5).

Al conocer a Estocolmo y su desarrollo en la serie, me cuesta creer a los expertos en síndromes. Lo de Mónica no es pura adaptación, enfermedad o sicosis. Es encuentro, desdoblamiento, apuesta y, especialmente, astucia e inteligencia. Mónica no se deja deslumbrar con ningún tipo de corpus doctrinal, ni busca seguridad, tampoco sufre un “trauma” con el secuestro y el balazo en la pierna. Lo contrario, descubre su propio deseo y, con ese haz bajo la manga, seduce a un secuestrador, engaña a los demás y logra la simpatía del grupo haciéndose parte integral de él. Entonces, ya no es Mónica la rehen sumisa, la madre abandonada, es

Estocolmo que emerge e impone sus condiciones: “yo sólo soy una secretaria, no me veo lanzando tiros o huyendo de la policía en un lugar libre de extradición”, le responde a Denver cuando éste le propone huir juntos.

El poder en las manos: un fusil de asalto M-16

En una burbuja de humo, Así se encuentra Mónica en medio de la balacera. Aunque su cuerpo está en cuclillas, resguardado por la pared, y sus manos tapan sus oídos tratando de esquivar el ruido endemoniado del enfrentamiento, su mente permanece alejada. Es como imaginamos la muerte: su espíritu abandona el cuerpo y flota sobre la escena. Ella ve todo, pero nadie la ve a ella. Tokio se encuentra en el suelo impactada por las balas del escuadrón, Río defiende el frente con ráfagas, y Denver apoya valeroso para salvar la situación. No todo está perdido. Hay que llegar a la puerta y correr al túnel de escape. Ninguno de los que se encuentran ahí son matones, lo que aumenta la posibilidad de que pierdan la batalla, la decisiva. La situación se complica, los ánimos fallan y parece venir la decadencia. Denver grita: “mierda!” y, con todo por ganar, ante una M-16 a sus pies, Mónica toma la mayor decisión de su vida: morir.

Dicen por ahí que la vida se te puede ir en un segundo y eso le pasó a Mónica. Su vida se extingue en menos de ese tiempo. No fue doloroso, fue liberador; la última decisión y la más acertada de todas: dejar morir a Mónica para que Estocolmo naciera de una vez por todas. Toma aire, se lanza para agarrar el fusil de asalto y dispara con enfado y mano firme. A sus gritos de rebeldía y libertad se unen los de Denver, Río y Tokio, con quienes finalmente logra llegar a la puerta de escape.

Estocolmo se permite lucir el mono rojo que tan bien le queda. Con un fusil de asalto entre las manos y el túnel de escape a unos metros de distancia, deja de actuar y se muestra como la mujer decidida y poderosa que es. Toma a Denver de la mano y, sin pensarlo dos veces, con la consciencia de que el botín ya está del otro lado, se mete al túnel de tierra que conecta la bodega del banco con el hangar donde el Profesor espera. No mira atrás, ni piensa en el pasado. Su mente se concentra en el escape y en salir bien librada. Llega al hangar, se quita el mono rojo que la viste, se coloca un traje negro con un sobretodo color caquí, toma un cochecito de bebé y, cinco minutos antes de que el Profesor salga con el botín, camina sonriente por la calle Alcántara de Madrid.

Imagino que de niña a Mónica siempre le gustó el color rojo y llevar el cabello suelto, todo enmarañado, revoltoso, sin forma alguna. La vida se encargó de vestirla de gris y de robar rebeldía a sus rizos. La confinó en una oficina y resignó sus sueños de grandeza a segundo plano. Se hizo llamar Mónica, un nombre común para la mujer común que creía ser. De adolescente aprendió que las ecuaciones complejas deben ser simplificadas para poder resolverlas. Lo vio en una película sobre una

bomba en un bus y un policía juvenil que cree firmemente en poder resolver ciertas situaciones con un “tiro limpio”, un disparo sin consecuencias mortales.¹

Estocolmo aprendió bien esta teoría poniéndola en práctica en el asalto. Necesitaba simplificar la ecuación que le proponía la situación: quería participar no como víctima, sino como protagonista. Contaba con la simpatía de Nairobi, cierta aprobación de Berlín, la indiferencia del resto de la banda y había ubicado a Denver como el punto de enlace. Aislarse y aislarlo para seducirlo era la opción más viable. Por eso, en el baño, cuando Denver amenazaba con matarla, ella lloró, gimió, rogó, lo ablandó, se puso la pistola en la pierna, jaló del gatillo y logró el tan anhelado “tiro limpio”, simplificando la ecuación.

Cuando los asaltantes obligaron al grupo de secuestrados a uniformarse al igual que ellos, Estocolmo no dudó en tomar el traje y meterse en su mono rojo. Cansada del vestido gris femenino que la forraba, encontró en el mono rojo su primer lugar de liberación. Su cuerpo desnudo en brazos de Denver fue un segundo escenario de libertad. Al contrario de Arturito, que le reprochó por lo que llamó “errores” de juventud, Denver encontró muy atractivo el cuerpo tatuado de Estocolmo, símbolo de su callada rebeldía. Contando billetes en su antigua oficina, ya no como funcionaria sino como parte de la banda, proyectó una vida de aventuras, viajes, lujos o simplemente diferente a la vivida. Se prometió honrar a Mónica con una vida diferente a la sumisión y la resignación.

No es fácil inferir en qué momento Mónica logra idear el plan perfecto. Sabemos que al Profesor le costó años de documentación, estudio, planificación. A Mónica, unos segundos de perspicacia. Con su presunta debilidad logra ganar la simpatía de Nairobi, quien ve reflejada en ella su propia historia, la confianza de Moscú que encuentra en Mónica la cuidadora perfecta para su hijo, la simpatía del profesor que entiende que la estabilidad anímica de Denver depende de Mónica y, el afecto del mismo Denver, quien enamorado e ilusionado no duda un segundo en negociar su Maserati “color azul cielo despejado” por una vida familiar a cargo del hijo de Arturo. Mónica es el espejo en el que se reflejan varios de los personajes principales de la serie: Denver, Moscú, Berlín y Nairobi; los cuestiona, su presencia los presiona, los lleva al límite, los hace explotar y les devuelve la tranquilidad en la huida, en la etapa final del plan.

La vida de Mónica cambia en el atraco. De la asustadiza secretaria amante de un idiota y con todas las posibilidades de llegar a ser madre soltera por imposición, y no por decisión, pasa a ser la poderosa Estocolmo: una mujer decidida, dueña de

¹ Referido a la película *Speed*, en español traducida como *Máxima velocidad*, dirigida por Jan de Bont y protagonizada por Keanu Reeves, Sandra Bullock y Dennis Hopper. Estrenada en junio de 1994.

su destino, con el dinero necesario para hacer todo lo que se le dé la gana, con un amante que es capaz de hacer lo que sea por ella y con un hogar deseado conformado por el azar. Estocolmo siempre estuvo presente, incluso desde antes de los sucesos del asalto. Escondida bajo la apariencia de Mónica, esperaba el momento perfecto para desenmascarse sin que nadie, ni siquiera nosotras, pudiéramos saber de sus intenciones.

A todas luces, el plan del Profesor no resultó perfecto como lo imaginábamos. Entusiasmadas al ver el día a día del atraco, dejamos de percatarnos del otro plan en marcha, menos elaborado que el del Profesor, con altas apuestas y una ejecución magistral. Estocolmo logra insertarse en el plan del Profesor, tomar parte de sus ganancias y trabajar lo mínimo en ello. Mónica, Estocolmo, las dos que finalmente son una misma, constituyen el verdadero cerebro detrás del plan.

Maserati color azul cielo

Después de unos meses del atraco, Mónica vuelve a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de la mano de unos reporteros que documentan el robo para la cadena noticiosa Antena 3. En su página web es posible encontrar un clip de la entrevista donde narra los horribles momentos que vivió cuando pensó que Denver la asesinaría en el baño. Lleva el cabello como siempre, recogido. Luce un vestido negro con rayas rojas y sus manos no dejan de acariciar su prominente panza, muestra de que su embarazo se encuentra avanzado. El titular de la noticia señala: “Mónica Gaztambide, a punto de dar a luz, cuenta el duro momento en el que Denver fingió matarla”. Y Mónica, con voz temblorosa y mirada inocente, nos cuenta el instante en que Denver le disparó: “por haberme jugado la vida por un cabrón que unas horas antes me había dicho que este crío no era suyo”.

Y quién puede dudar de la pobrecilla Mónica, que logra superar la experiencia traumática de un secuestro, el abandono del padre de su hijo y un balazo en la pierna. Mónica es una mujer digna de admirar, ha sacado todas sus agallas para volver al baño donde casi muere, contar su historia y mostrar la tierna panza que hace profesar la madre entregada y cariñosa que será. Al ver nuevamente el video de la noticia, no encuentro rasgos de Estocolmo, o ¿sí? Llama a Denver “animal”, recuerda con miedo y angustia los sucesos del robo, toma aire y admite que pensó en la posibilidad de un aborto. ¿Tanta sagacidad en esta mujer? Sí. Estocolmo sabe perfectamente cómo jugar con nuestra percepción, nuestros miedos, nuestros prejuicios, nuestros deseos. Los toma, los manipula y los pone a su favor: ¿A quién se le ocurriría insinuar que Mónica tuvo algo que ver con el robo o salió favorecida de él?

Resulta evidente que plataformas como Netflix han permitido la construcción de historias que median mensajes a partir de la construcción de tramas que controvierten esos personajes tradicionales, envueltos en añejas discusiones entre

lo que está bien y lo que no, para dar paso a heroínas que, lejos de amoldarse a marcos estereotipados o tradicionales, resultan en mujeres complejas, difíciles de entender, pero plenamente seductoras al optar casi siempre por desestabilizar el orden social al tiempo que lo resisten y convierten en cómplices a los espectadores a partir de su turbación. El personaje de Mónica y su transición hacia Estocolmo es claro ejemplo de que hoy por hoy estamos interesadas en ver, narrar y reflejarnos en historias que nos hablan de sobrevivencia, dignidad, deseo y de un renacer como mujeres bajo otras coordenadas de la existencia.

Con aquella sonrisa que sólo las vencedoras llevan en el rostro, Mónica termina su entrevista, sale de la fábrica y sin paso presuroso camina un par de cuadras. En una esquina, un Maserati color azul cielo despejado la espera. Sonríe, se sube al carro, me mira y se despide. Se va con la satisfacción de haber logrado una vida buena, y deja en evidencia lo que ya Tokio ha señalado: la banda de atracadores necesitaba mujeres; “una mujer puede pasar dos días eligiendo zapatos para una boda, pero jamás emplearía un minuto para elegir caretas para un atraco”. Sin la valentía de Tokio y la suspicacia de Nairobi, el plan no hubiera tenido futuro. Pero sin Estocolmo, el plan jamás se hubiera concretado. Ella nos enseña que, a pesar de las apariencias, no siempre se elige al peor hombre en la peor situación posible.

Referencias

- Almeida, Cecilia, Gouveia, Diego y Costa, Janaina (2015). “Netflix and the maintenance of television genres out of the flow”. *Matrizes*, 9(2), 237-255.
- García De Castro, Mario (2008). “Los Movimientos de renovación en las series televisivas españolas”. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30, 147-153. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2553218>.
- Heredia, Verónica (2017). “Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual”. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 135, 275-296.
- Jenner, Mareike (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. London: Cambridge University.
- Montero, Andres (1999). “Psicopatología del síndrome de estocolmo. Ensayo de un modelo etiológico”. *Ciencia Policial*, 51, 1-25.
- Montoya, Diego y García, Helena (2016). “Estructuras narrativas en relatos cortos y serializados para la web”. *Anagramas*, 15(29), 103-118.

PROGRAMAS DE TV

Paula L. Amaya Velandia

Licenciada en Ciencias Sociales de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia sede Tunja. Promotora de lectura. Contacto: paulaamayaliz@gmail.com.

Efraín Ascencio Cedillo

Sociólogo por la Universidad de Guadalajara; investigador y profesor en el Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (CESMECA-UNICACH). Fue integrante del Cuerpo Académico Culturas urbanas y prácticas creativas en el sur de México, adscrito a la línea: Prácticas Urbanas Creativas y Transformación Sociocultural. Fue miembro fundador y director (2009-2011) de la revista *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*. Del 2003 al 2020 fue miembro del Colectivo de Fotografía Tragameluz. Publicó diversos artículos sobre consumo cultural, música popular y antropología urbana. Fue miembro de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular Rama Latinoamericana (IASP-AL), donde participó en el grupo de trabajo Jazz en América Latina. Formó parte del proyecto de investigación colectivo “Agenciamiento cultural y artístico entre jóvenes de la frontera sur de México”, y creó el Laboratorio Audiovisual de Investigación Social y Experimentación del CESMECA-UNICACH. Coordinó, junto con Martín de la Cruz López Moya y Juan Pablo Zebadúa, el libro *Etnorock. Los rostros de una música global en el Sur de México* (2014).

Sandra Cañas Cuevas

Me doctoré en Antropología Social por la Universidad de Texas en Austin; he realizado investigación en Chiapas desde 1997 y publicado varios artículos y un libro; fui becaria posdoctoral e investigadora en CIMSUR-UNAM, y dicen que soy SNI I. Actualmente me estoy formando como psicoterapeuta, realizo investigación de manera independiente sobre antropología feminista y salud mental en la academia. Contacto: mail@sandracanas.com.

Astrid Yulieth Cuero Montenegro

Feminista antirracista afrocolombiana. Actualmente es doctoranda en el posgrado en Estudios e Intervención Feminista del Cesmeca-Unicach de San Cristóbal de Las Casas, (Chiapas-México). Intereses: Feminismo negro y decolonial, trabajo reproductivo feminizado y racializado. Contacto: astridcuero850@gmail.com.

Sergio E. Echeverry Díaz

Licenciado en Educación Física y Deportes por la Universidad de los Llanos, Colombia, miembro activo del Grupo de Investigación Juego, Cuerpo y Motricidad. Maestro en Estudios Culturales y doctor en Estudios Regionales por la Universidad Autónoma de Chiapas. Docente del Sistema Educativo Universitario Azteca (SEUAT) y miembro activo del grupo de investigación Sociedad, Cultura y Educación del sur México (SOCEM), adscrito a la misma institución. Sus líneas de investigación giran alrededor de consumos culturales e identidades juveniles, ciudadanías, corporalidad(es). Contacto: sergiodiaz1991@outlook.com.

Manuel Roberto Escobar Cajamarca

Investigador en género y cultura. Ha indagado sobre temas relacionados con el cuerpo y el poder, tales como juventud, subjetividad *trans* y masculinidades en excombatientes. Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia con Maestría en Educación de la Universidad Pedagógica del mismo país. Doctor en Estudios Latinoamericanos de la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es director del Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos (Iesco), y de la *Revista Nómadas*, en la Universidad Central en Colombia. Contacto: mescobarcl@ucentral.edu.co.

María Teresa Garzón Martínez

Feminista por necesidad, militante por amor, académica por estrategia. Instructora de defensa personal, escritora e investigadora. Fundadora del Comando Colibrí, escuelas de defensa personal para mujeres y otros cuerpos en peligro, y coordinadora del Comando Colibrí Lacandona. Miembra del Grupo Latinoamericano en Estudios, Formación y Acción Feminista Glefas y de la Red Feminismo(s), cultura y poder. Investigadora del Cesmeca-Unicach, en donde participó de la fundación del programa de posgrado en Estudios e Intervención Feminista. Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de México, Unidad Xochimilco. Maestra y especialista en Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia. Maestra en Estudios Feministas de la Universidad Nacional de Colombia. Profesional en Estudios Literarios

de la Universidad Nacional de Colombia. Hace parte del sistema nacional de investigadoras (SNI 1). Contacto: maria.garzon@unicach.mx Su obra se puede encontrar en: mariateresagarzonmartinez.academia.edu.

María Angélica Garzón Martínez

Socióloga, maestra en Sociología y doctora en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia. Docente de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia en el área de sociología. Pertenece al Grupo Interdisciplinario de Investigaciones Arqueológicas e Históricas (GIIAH). Contacto: maria.garzon03@uptc.edu.co.

Miguel Garzón Martínez

Galardonado director y guionista con una fuerte pasión por conocer el mundo, por la filosofía y por el cine. Maestro en Filosofía de la Universidad Nacional de Colombia y maestro en Realización de cine de New York Film Academy. Su trabajo incluye el largometraje *El legado roto* (ganador Mejor Película en el Festival Internacional de cine de Pasadena), y los cortometrajes *Lou* (ganador Mejor Actor en el Festival de cine de Chelsea) y *Parousia* (actualmente en el circuito de festivales). Contacto: miguel@miguelgarzonmar.com.

Vladimir González Roblero

Comunicólogo, historiador, especialista en Políticas Culturales y Gestión Cultural. Profesor en la Facultad de Artes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Línea de investigación: historia y literatura, historia de la cultura y periodismo cultural. Contacto: vladimir.gonzalez@unicach.mx.

Clarice Greco

Profesora e investigadora del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Paulista (UNIP, Brasil). Posdoctora, doctora y magíster en Ciencias de la Comunicación, egresada de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP). Vicecoordinadora del Grupo de Estudios de Análisis de Productos Audiovisuales. Contacto: claricegreco@gmail.com.

Martín de la Cruz López Moya

Antropólogo social y doctor en Ciencias Sociales en el área de Comunicación y Política. Es investigador y profesor en el CESMECA-UNICACH, donde coordina el Cuerpo Académico “Culturas urbanas y prácticas creativas en el Sur de México” y la línea “Culturas urbanas y alteridad”. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1 y de la Asociación Internacional para el Estudio de la

Música Popular. Autor de los libros: *Caleidoscopio Sonoro. Músicas urbanas en Chiapas* (2017); *Hacerse hombres cabales. Masculinidad entre tojolabales* (2010), y coordinador de *Etnorock. Los rostros de una música global en el Sur de México* (2014), junto con Efraín Ascencio Cedillo y Juan Pablo Zebadúa, y de *Juventudes Indígenas en México. Estudios y escenarios socioculturales*, con Tania Cruz y Maritza Urteaga (2020). Contacto: martin.lopez@unicach.mx.

Raciel D. Martínez Gómez

Director general de Comunicación Universitaria de la Universidad Veracruzana. Doctor en Sociedades Multiculturales por la Universidad de Granada, España. Autor de libros de cine, comunicación, educación e interculturalidad. Contacto: racmartinez@uv.mx.

Simone Luci Pereira

Profesora e investigadora del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Paulista (UNIP, Brasil). Posdoctora en Comunicación. Posdoctora en Música. Posdoctora en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Investigadora del grupo de trabajo de Clacso Juventudes e Infancias en América Latina. Coordinadora de UrbeSom (Grupo de Investigación en Culturas Urbanas, Música y Comunicación). Contacto: simonelp@uol.com.br.

Elizabeth Aracely Pérez Bezares

Licenciada en Historia por la UNACH; estudiante de la Maestría en Estudios sobre Diversidad Cultural y Espacios Sociales (IEI-UNACH); antiespecista, feminista y gatofila. Blog literario: Orquideapsicopata.blogspot.com. Contacto: inbloomthenight@hotmail.com. Facebook: Orquídea Bezares.

Ana Alejandra Robles Ruiz

Doctora en Humanidades (énfasis en Literatura); maestra en Humanidades (énfasis en Literatura), y licenciada en Literaturas Hispánicas por la Universidad de Sonora. Actualmente trabaja como docente-investigadora en la línea de Discursos Literarios, Artísticos y Culturales en el Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (CESMECA) de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), en donde desarrolla el proyecto Literatura, cuerpo, erotismo y sexualidades. También ha sido docente en otras universidades, como la Universidad Estatal de Sonora (UES) y la Universidad de Sonora (UNISON). Cuenta con publicaciones académicas como “Utopía Gay: construcción

de identidades”, en la *Revista de Literatura Hispanoamericana* del Instituto de Investigaciones Literarias y Lingüísticas de la Universidad del Zulia, Venezuela. Contacto: ale_robles@hotmail.com y ana.robles@unicach.mx.

Joaquín Sanabria

Es licenciado en Administración de Empresas y tiene una especialización en Administración de Proyectos de la Universidad Piloto de Colombia. Con estudios en literatura, se ha dedicado a la fabricación de arte; en especial, ha colaborado con la artista Doris Salcedo en los procesos de fundición, armado, diseño de estructura y procesos de fabricación de obras como *Noviembre 6* (2002), *Shibboleth* (2006), *Palimpsestos* (2017). En la actualidad escribe artículos sobre tecnología y cuentos de ciencia ficción, además de trabajar en sus ratos libres en el mantenimiento de varias cervecerías en Bogotá, Colombia. Contacto: joaquinsanabria@calibrada.com.

Gustavo Souza

Profesor e investigador del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Paulista (UNIP, Brasil). Posdoctor en Comunicación egresado de la UFSCAR. Doctor en Ciencias de la Comunicación egresado de la Universidad de São Paulo. Coordinador del Grupo de Estudios de Análisis de Productos Audiovisuales. Contacto: gustavo03@uol.com.br.

Juan Pablo Zebadúa Carbonell

Antropólogo social por la Universidad Veracruzana; maestro y doctor en Sociedades Multiculturales y Estudios Interculturales por la Universidad de Granada. Profesor de tiempo completo de la Facultad de Humanidades en la Universidad Autónoma de Chiapas. Sus líneas de investigación son juventudes, consumos culturales, identidades e interculturalidad. Contacto: jpcarboney@gmail.com.

NETFLIX. Una pantalla que te saca de aquí, editado por Efraín Ascencio Cedillo,
María Teresa Garzón Martínez y Martín de la Cruz López Moya

Producción editorial UNICACH-CESMECA 2021

Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-
CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Este libro puede leerse como una pantalla que, así como se advierte en su título, nos saca de donde estamos para que, a través de distintas experiencias, se formule una posible comprensión del devenir de una industria cultural del entretenimiento como es la producción audiovisual y sus derivaciones desde la televisión y una plataforma como Netflix. Sus contenidos no pretenden dar cuenta de grandes debates acerca de los consumos culturales de productos audiovisuales; más bien, proponen preguntas desde distintas aristas, discusiones e ideas más localizadas, siempre en relación con el deseo que establece nuestro ser “consumidores” de aquello de lo que hablamos. Así, lo que subyace en esta obra, es la pregunta risueña sobre qué hacen las y los “académicos” pegados a la pantalla de televisión, cuando deberían estar haciendo algo más “sustantivo” en beneficio de la humanidad.

