

Experimentando con masculinidades, imágenes y tecnología en un laboratorio vivo

Autor: Juan Sebastián Ospina Álvarez¹

Resumen:

En este artículo expongo el avance de mi investigación de doctorado que tiene como objetivo la conformación de un laboratorio vivo donde se discutan, experimenten, deconstruyan y compartan las visiones de un grupo de jóvenes sobre las masculinidades no hegemónicas. La innovación social ha ganado un espacio privilegiado en las instituciones educativas y centros de investigación, sin embargo, se confunde su función con la dotación tecnológica. El laboratorio mencionado busca ofrecer una (re)significación del concepto de innovación social proponiendo que, a través narrativas audiovisuales sobre masculinidades no hegemónicas, algunas temáticas de interacción social sean también temas para discutirse a partir del uso de la tecnología.

Palabras clave: laboratorio vivo, innovación social, masculinidades, narrativas audiovisuales.

1. Producción y consumo audiovisual

En la contemporaneidad nuestros días se caracterizan por la inminente producción y consumo de visualidades en las interacciones personales, con mayor visibilidad en las redes sociales digitales. Personas de todas las edades, pero principalmente jóvenes, alimentamos las interfaces de redes sociales con imágenes, textos, videos y encuentros que permiten la creación de grupos de socialización.

Diversas narrativas audiovisuales se construyen en redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, las cuales son negociadas por las subjetividades de sujetos, que mediados por las pantallas de sus computadores y dispositivos móviles, logran establecer relaciones de cualquier tipo. Acciones como seguir, dar un "me gusta", bloquear y sugerir son las estrategias por medio de las que nos convertimos en viajeros interculturales, noción utilizada por Remedios Zafra (2010) para definir a las personas que gestionamos continuamente nuestra presencia en la red.

De acuerdo con Irene Tourinho y Raimundo Martins (2011), las relaciones que en la actualidad se generan entre los y las participantes de las redes sociales y en general de los nuevos medios, exigen habilidades para interpretar y negociar los significados, es decir, reconocer que en estos espacios encontramos millares formas de representación y mediación. De ello, deviene el hecho que debemos mirar para las narrativas que allí se concretan como producción trascendente del actual capital cultural

¹ Magíster en Diseño y Creación Interactiva. Universidade Federal de Goiás. Becario del Programa PEC – PG de la CAPES. E-mail: diseno.sebas@gmail.com. Tel: (62)81100861

contemporáneo, donde la atención y la destreza de quien se inscribe en una red va mediar y definir su experiencia en el ámbito digital.

Las visualidades, término que Fernando Hernández (2013) define como una mirada cultural sobre lo visual, se posicionan de esta manera en cuanto material que merece ser investigado a profundidad, pues de ellas devine la conformación de nuestros modos de ver, nuestros modos de sentir, nuestros modos de imaginar y por supuesto, nuestra manera de producir y consumir imágenes.

2. Redes Sociales

La segunda mitad del siglo pasado acogió la consolidación de importantes redes sociales organizadas para trabajar, por lo general, en pro de situaciones de desigualdad social. Algunos de esos movimientos sociales que trabajaron en red y que lograron importantes avances fueron los feminismos. Ese hecho lo deben, no sólo a las mudanzas en cuanto a políticas de poder sino también a las reestructuraciones sufridas como redes o grupos organizados bajo estructuras jerárquicas o redes distribuidas o abiertas.

Actualmente, con las posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información y las comunicaciones - TIC -, las personas pueden pertenecer a diversas redes sociales digitales que se han popularizado y potenciado como agrupaciones de conexiones en las cuales los intereses personales son el principal factor de unión. Dichas comunidades, establecidas en ambientes digitales, presentan gran flexibilidad y adaptabilidad de los contenidos audiovisuales, hecho que las hace incluso más atractivas e influyentes para sus millones de participantes alrededor del mundo.

La convivencia/coincidencia espacio-temporal ya no determina las redes sociales basadas en las nuevas tecnologías, por tal razón, éstas se originan, sustancialmente, en la interacción entre personas, información y personas en los lugares menos pensados del mundo, no necesariamente entre personas cercanas como ocurría en las redes sociales de interacción física. La esencia de las redes sociales digitales existe porque "cada pequeña unidad recibe y reenvía, como un pulso, un flujo permanente de información refrescada en paquetes de código abierto, de tal modo que el conjunto se mantiene siempre retroactualizado" (BREA, 2007, p. 20). Hacemos parte de una red cuando nuestros datos son introducidos en el sistema de las comunidades a las cuales solicitamos pertenecer y, es en ese momento, que empezamos a tejer lazos digitales, "el silicio representa el acero moderno e Internet es el nuevo ferrocarril" (MITCHELL, 2001, p. 21).

Tal como ha ocurrido con los feminismos, muchos grupos y redes sociales han surgido como respuesta a regímenes opresores, buscando, mediante acciones de activismo, la reivindicación de los derechos de sus integrantes. Debemos recordar que los movimientos sociales, culturales, estudiantiles, sexuales, ecologistas, étnicos de la década de 1960 repercuten hasta hoy con la consolidación de campos de estudio, redes de apoyo y redes de interacción social.

Si el poder se ejerce mediante la programación y la conexión de redes, entonces el contrapoder, el intento deliberado de cambiar las relaciones de poder, se activa mediante la reprogramación de redes en torno a los

intereses y valores alternativos o mediante la interrupción de las conexiones dominantes y la conexión de redes de resistencia y cambio social (CASTELLS, 2012, p. 26)

Algunas redes destacadas a nivel mundial que se sustentan en el uso de las tecnologías de la información y comunicación para llevar a cabo sus acciones políticas, entendiendo que lo político no se limita a la administración pública sino a las relaciones entre instituciones y sujetos, expresan la gran proyección que estos medios traen en las interacciones diarias. Para ejemplificar mencionaré algunos ejemplos a nivel mundial; La Primavera Árabe, relacionada con las manifestaciones ocurridas en 2010 en el norte de África y en el occidente asiático, colocaron en relieve la potencia que las redes sociales tienen para convocar a las personas a unirse por causas comunes, en su caso fueron las desigualdades que los gobiernos de los países envueltos otorgaban para sus habitantes (**Figura 1**).



Figura 1. Participantes de la Primavera Árabe

Imagen recuperada de: <http://www.anda.jor.br/wp-content/uploads/2013/07/Manifestantes-anti-Mubarak-en-la-Plaza-de-la-Liberaci%C3%B3n-Cairo.-Enero-2011-AP-Photo.jpeg>

Otro caso que resulta relevante mencionar corresponde al Movimiento de los Indignados o M-15, el cual surge en España a raíz de la crisis económica y política que golpea este país con mayor fuerza en el año 2011. Por medio del uso de redes sociales como Twitter y Facebook, los españoles y españolas se reunieron para luchar de manera pacífica por sus derechos. Las acciones que se convocaron en el ámbito digital tuvieron repercusiones en el ámbito analógico y viceversa (**Figura 2**). A partir de estas experiencias han resultado innumerables oportunidades de investigación para el campo de los estudios culturales, los estudios políticos y sociales, los estudios de la cultura visual y ciertamente para los estudios sobre y con tecnologías.



Figura 2. Participantes del Movimiento de los Indignados

Imagen recuperada de: http://www.que.es/archivos/201106/indignados_n-365xXx80-1.jpg

3. Producción colectiva

Las espacios digitales han abierto infinitas oportunidades para la interacción social y la conformación de industrias culturales y creativas. Sistemas de educación en línea, trabajo digital, creación colectiva y diversas modalidades de trabajo solidario se han difundido en la última década con gran velocidad. Modos de intercambio como el trueque, la economía solidaria, entre otros, se han retomado con "lo digital", haciendo que los aportes se vuelvan simbólicos y propendan por la construcción de redes.

Si bien los grupos mencionados anteriormente presentan un panorama alentador sobre el poder de movilización a través de las redes sociales, no se respetan algunas diferencias que podrían otorgarle a estos grupos el carácter de multitud, entendida esta última como una unión heterogénea de sujetos que no se rigen por los mismo patrones culturales. Los géneros y las sexualidades que no se encajan en la heterosexualidad patriarcal, sufren algunas muestras de violencia simbólica y en algunos física por desobedecer la norma impuesta; muestra de ellos son las frecuentes burlas que soportan los hombres homosexuales, las mujeres transexuales, las lesbianas y cualquier subjetividad alternativa tanto en las calles de las ciudades como en los perfiles de redes sociales.

A pesar de la difusión de subjetividades que no se rigen por los modelos de socialización hegemónicos ni heteronormativos, aun persisten acciones dentro de las redes que demuestran que desde el plano análogo se trasladan hasta las ciberculturas sistemas de violencia como el machismo, la homofobia y la xenofobia. Al respecto, Néstor García Canclini (2007) aporta que "en el conocimiento representativo generado por las artes y las industrias culturales se advierte con mayor evidencia la complejidad de articular lo diverso y las asimetrías de la interculturalidad" (p. 41)

Al ser pensadas las masculinidades como construcciones culturales que surgen de las interacciones de los sujetos con cuestiones de carácter económico, político, social y simbólico, estas no escapan de las potentes transformaciones que trajeron consigo los nuevos medios para construir subjetividades. Autores como Eduardo Gregorio-Godeo (2008), Belidson Dias (2011), Fernando Herraiz (2012), entre otros, apuntan que las visualizaciones y los intercambio de las narrativas de género, entre ellas las suscitadas en internet, conducen a la conformación de modelos que requieren ser (re)pensados, (re)flexionadas, (des)construidos y (re)construidos.

4. Negociando masculinidades en una Laboratorio Vivo

Paralelo a la popularización de "lo digital", campos como el diseño, la ingeniería y la publicidad han usado el concepto de innovación social para reforzar el uso de dispositivos digitales y móviles que conducen a una supuesta mejora de las condiciones de habitar de los sujetos contemporáneos en sus contextos. Sin embargo, la verdadera innovación social debe ponderar tales equipamientos tecnológicos como el medio y no como el fin de las necesidades comunicativas de las colectividades en las cuales se insertan los programas de la mal llamada innovación social.

En relación a lo anterior, Silvio Bitencourt da Silva (2014) considera que la innovación social está siendo confundida con cuestiones comerciales y se aleja de la proposición de estrategias colectivas que respalden los cambios sociales y la visión frente a problemáticas que envuelvan los miembros de las comunidades, especialmente a aquellos que han sido definidos como población vulnerable por su desventaja en relación al modelo de ciudadano moderno.

Bien, habiendo presentado de manera breve un panorama de los campos de investigación que guardan relación con mi investigación, los estudios culturales y las redes sociales digitales, abro espacio para mencionar, de forma sucinta también, la problemática central del estudio que me he propuesto. Reconociendo que las masculinidades son modelos comportamentales, visuales y de producción de poder y saber, que se negocian en sociedad, me planteo usar uno de los "prototipos" que trae la innovación social, el laboratorio vivo o *living lab*, para discutir esta temática que incluye género, imagen y tecnología.

Este tipo de metodología, los laboratorios abiertos, que erróneamente ha sido ligada exclusivamente a los espacios con amplia dotación tecnológica, se creó en el MIT – Massachusetts Institute of Technology - en el año 2003 por William Mitchell para testar productos electrónicos y propuestas innovadoras. En el caso particular del laboratorio que estoy construyendo, el espacio físico no determinará la acción, son las interacciones entre los jóvenes que formarán parte del grupo focal, las que desembocarán en narrativas audiovisuales, que a través de la noción de desconstrucción iniciada por Jacques Derrida (1989), dejen aparecer y (re)conocer otras formas de construir y lidiar con las masculinidades.

Apoyado en la versatilidad que tienen los dispositivos digitales para la captura y edición de imágenes y la facilidad de distribución que ofrecen las redes sociales digitales, el laboratorio propuesto busca que los y las jóvenes participantes: compartan, experimenten, problematicen, propongan,

dibujen, desdibujen, graben, capturen, pero sobretodo que desconstruyan los modelos que masculinidad que han fijado las sociedades, ello para visibilizar otras construcciones de género que las tecnologías pueden hacer que se tornen válidas y que eduquen sobre la diferencia.

5. Tareas futuras

Debido a que en la actualidad no está constituido el laboratorio que nortea esta reflexión, más allá de respuestas definitivas, este texto lo finalizo con algunas anotaciones que buscan marcar el camino para la conformación de esa metodología de interacción y producción donde la innovación social será pensada desde de la experimentación con los artefactos culturales que día tras día moldean las masculinidades de los adolescentes.

Lo visual juega un papel fundamental en la constitución de los sujetos, la vinculación que tienen actualmente los jóvenes con los dispositivos digitales y las redes sociales, puede ser aprovechada para pensar asuntos que, desde ámbitos como los estudios culturales, los estudios de género y los estudios de la cultura visual, entre otros, comienzan a ocupar las agendas de "lo social" en lo contemporáneo.

Debemos mirar las redes sociales más allá del simple cliché de espacios de ocio, las posibilidades de navegación y la interacción con las informaciones colocadas en sus interfaces, son hoy día una potente herramienta para las pedagogías culturales. La conformación de grupos dentro de estos espacios y una consciencia crítica sobre la recepción y compartimento de datos, tanto visuales como textuales, se hacen necesarios para una población que cada día transita con mayor versatilidad entre los ámbitos analógicos y digitales.

Las tecnologías de la información y la comunicación, responsables de la llamada "sociedad del conocimiento" (CASTELLS, 2012) y modelos de hipervisualización (BREA, 2007), nos colocan frente a un panorama de incertezas que nos exigen (re)pensar nuestra materialidad, saber que las imágenes y textos que usamos para representarnos en las redes tienen un trasfondo cultural que puede enriquecerse en la medida en que nos tornemos más políticos frente a nuestras representaciones, nuestras contribuciones, nuestras performances, nuestras subjetividades, etc.

Bibliografía

BITENCOURT DA SILVA, S. **A inovação social como um tipo de de inovação na conexão entre coisas que não se definem elas próprias como sociais.** IV Seminário de Ciências Sociais Aplicadas. Desenvolvimento Socioeconômico: Uma abordagem interdisciplinar. Santa Catarina: UNESCO - Universidade do Extremo Sul Catarinense -. 2014.

BREA, J. L. **cultura_CULTURA RAM.** Barcelona: Editorial Gedisa, S.A, 2007.

CASTELLS, M. **Redes de Indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet.** Madrid: Alianza Editorial, 2012.

DIAS, B. **O I/MUNDO da Educação em Cultura Visual.** Brasília: Editora da Pós-graduação em arte da Universidad de Brasília, 2011.

GARCÍA CANCLINI, N. El poder de las imágenes. Diez preguntas sobre su redistribución internacional. **Estudios visuales. Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo**, España, n. 4, p. 36 - 55, 2007.

GREGORIO - GODEO, E. Sobre la instrumentalidad del Análisis Crítico del Discurso para los Estudios Culturales: la construcción discursiva de la "neomasculinidad". **Discurso y Sociedad**, España, v. 2, n. 1, p. 39 - 85, 2008.

HERNÁNDEZ, F. Pesquisar com imagens, pesquisar sobre imagens: revelar aquilo que permanece invisível nas pedagogias da cultura visual. In: TOURINHO, I.; MARTIN, R. **Processo & Práticas de Pesquisa em Cultura Visual & Educação.** Santa Maria: Editora UFSM, 2013. p. 77 - 98.

HERRAIZ GARCÍA, F. **Los estudios sobre las masculinidades. Una investigación narrativa en torno al papel de la escuela y la educación artística en la construcción de la masculinidad.** Saarbrücken: Editorial Académica Española, 2012. Tesis Doctoral de la Universidad de Barcelona 2009.

MITCHELL, W. J. **E-topia. "Vida urbana, Jim; pero no la que nosotros conocemos"**. Tradução de Fernando Valderrama. Barcelona: Gustavo Gili S.A, 2001.

TOURINHO, I.; MARTINS, R. Circunstâncias e ingerências da cultura visual. In: TOURINHO, I.; MARTINS, R. **Educação da Cultura Visual.** Santa Maria: Editora UFSM, 2011. p. 51 - 68.

ZAFRA, R. **Un cuarto propio conectado. (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo.** Madrid: Fórcola Ediciones, 2010.