

Editorial Influencias

Gigliola Foco*

Universidad Nacional de Córdoba (UNC)

Qué lugar tienen las identificaciones hoy en los seres hablantes, es la pregunta con la que elegimos romper el hielo. Podemos partir de ubicar que se tratan, al estilo freudiano, de identificaciones a un líder vía el ideal... Pero ¿cómo pensamos entonces el fenómeno de las influencias en esta época? Tal vez, mientras el hielo se derrite, podemos arriesgar que, más que un fenómeno identificatorio, aquello que está en juego es una adhesión a partir de la producción de goce... Y así inaugurar este nuevo número del Journal Ética y Cine al que nombramos Influencias.

Coaching, Gurúes, Influencers, la cultura algorítmica del bienestar de la mano de los gadgets y las aplicaciones virtuales, atraviesan como una flecha nuestra época. Tal vez, más que una flecha, se trata de una tintura. Tienen la época de su color, un color que no deja mucho lugar a los grises.

Los *likes*, las visualizaciones, las reproducciones, los *posts*, aparecen en escena, así como los artículos periodísticos, las horas de tv o los minutos de aire en la radio. Cantidades que resultan un elemento indisociable a su valor o, podríamos decir, expresan su valor. El valor de este significante del Otro social que hoy recordamos y sobre el cual nos preguntamos: la influencia. Punto que tomamos y sobre el cual elegimos esta vez orbitar para pensar una época, la nuestra, signada por la superposición del enunciado sobre la enunciaci3n y la consecuente rigidizaci3n del significante con sus efectos segregativos.

Podemos decir que la ca3da de los ideales ha decantado en lo que podemos llamar “la era de la transparencia”. ¿Transparencia de qué? Del blanco y del negro... De la misma rigidizaci3n de la paleta de colores, sin grises. ¿Qué ocurre entonces con el pacto de ficci3n de una obra? ¿C3mo sumergirse en una serie, una pel3cula si la ficci3n, con sus matices, se aplasta, se aplana?

La serie *Beef*, el insulto y la certeza de “tener raz3n”. *Black Mirror*, la obscenidad y la espectacularidad de la enunciaci3n. Ni3os y adolescentes, solos, bajo influencia de las redes ¿sociales? Mercado, consumo y la ilusi3n de un *d3tox*...

Como lectores del goce, a este escenario de certezas que no plantea preguntas, lo pintamos de gris. Abrimos el par3ntesis y los invitamos, a cada uno de los lectores que se encuentren con estas p3ginas, a preguntarse por esta pieza de la alet3sfera.

Con este mapa de ruta, se tratar3 de sumergirse y dejarse atravesar, influenciar, por este, nuestro nuevo n3mero del Journal Ética y Cine.

A cada uno de sus lectores: a plantear sus preguntas y a ensayar sus respuestas...

¡Buena lectura!



* focogigliola@gmail.com