

DESEO, SINCRONICIDAD Y ENTRETENIMIENTO. NETFLIX Y LA INDUSTRIA CULTURAL

DESEJO, SINCRONICIDADE
E ENTRETENIMENTO.
NETFLIX E A INDÚSTRIA CULTURAL

Dunia Samamé

Centro de Psicoterapia Psicoanalítico de Lima.

Correo: exsb2003@yahoo.es

Para citar este artículo / Para citar este artigo / To reference this article

Samamé D. (2022)DESEO, SINCRONICIDAD Y ENTRETENIMIENTO. NETFLIX
Y LA INDUSTRIA CULTURAL Intercambio Psicoanalítico 13 (2), Creative
Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC By 4.0)

DESEO, SINCRONICIDAD Y ENTRETENIMIENTO. NETFLIX Y LA INDUSTRIA CULTURAL

Dunia Samamé¹

1 Licenciada en Sociología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Psicoterapeuta del Centro de Psicoterapia Psicoanalítico de Lima. Correo: exsb2003@yahoo.es

RESUMEN

Inspirados desde el psicoanálisis y su articulación deseos - sueños - inconsciente, se analiza el rol del entretenimiento a la luz de la teoría de las industrias culturales, tomando como centro de interés el funcionamiento de la plataforma de streaming Netflix, para despejar algunas cuestiones en torno a un tema de gran interés en la actualidad: la sincronicidad.

Palabras clave: deseo, sincronicidad, entretenimiento, algoritmo, industria cultural.

I EL ENTRETENIMIENTO

Cuando un peligro invisible y mortal invadió el mundo exterior, quedarse encerrado en casa se convirtió en la única forma segura de protección; cuando la vida pública fue cancelada por la pandemia del COVID-19 -como ha ocurrido en tantas otras del pasado de la humanidad-, instalándose en nuestra cotidianeidad, dejando un margen muy pequeño de aparente libertad y control sobre nuestras vidas, el entretenimiento, fue la vía de desahogo en medio de la tragedia, una forma imprescindible para huir de lo que vivíamos y recibíamos sin pausa por los diferentes medios de comunicación.

La omnipresencia de la pesadilla exterior y la necesidad de adaptarnos a las circunstancias, nos llevó a sumergirnos y buscar refugio en las redes sociales, a "actualizarnos" para implementar e incorporarnos al teletrabajo, a descubrir nuevas formas de aprender y capacitarnos mediante la educación virtual, de comprar en un mercado mundial vía el comercio online o de encontrar compañía y tal vez algo más en las numerosas aplicaciones y páginas web de citas en línea para todos los gustos.

Todos los anteriores se convirtieron en elementos de nuestro día a día, aún contra nuestra voluntad. Urgía hallar una forma de entretenernos, y, como reza un axioma del psicoanálisis, ligando deseo y prohibición, en ese sentido se entienden los numerosos escándalos protagonizados por individuos, celebridades o no, que, desobedeciendo las normas contra el contacto social, se reúnen para celebrar y festejar como acostumbraban hacerlo antes de la pandemia.

En este escenario resulta pertinente un análisis del entretenimiento bajo el enfoque de las industrias culturales, su atractivo e influencia, tal como lo plantearon Adorno y Horkheimer (1944); esto supone reflexionar críticamente sobre las formas de satisfacer nuestros deseos teniendo en cuenta la dimensión subjetiva en las formas de ocupar el tiempo libre. La idea es que la contraparte del desgaste de energía en lo laboral requiere un relevo, una pausa y vía de descanso: el entretenimiento. Esta dimensión de la vida humana es captada y organizada en la era capitalista mediante una lógica que promueve lo que podemos o debemos hacer en los momentos de ocio y descanso; bajo un criterio que puede sintetizarse en: "dime cómo y con quien te entretienes y te diré que tan cool y moderno eres".

Desde la perspectiva de las industrias culturales se postula la generación del interés y la demanda por una serie de productos y servicios de entretenimiento como respuesta a esa necesidad y como un medio valioso para moldear la sensibilidad individual y colectiva de cada época, pues es en la especificidad del tipo de vínculos que se generen entre el deseo, el sujeto y sus productos, que se revela la pertinencia de esta propuesta de la teoría crítica.

Frente a las llamadas de atención por parte de organizaciones e instituciones que señalan la responsabilidad de la industria cultural en un evidente proceso de alienación absoluta de sus consumidores y las acusaciones que señalan su cercanía ideológica con el sistema económico y de poder, la respuesta pasa por afirmar que nunca la alienación o manipulación es absoluta; de allí que les interesa indagar en las formas de los modelos de negocio y su poder en lo cotidiano. Frente a la emergencia de una desafiante pandemia que nos desbordó desde todos los frentes, la siempre vigente necesidad de control se auxilió en el soporte tecnológico, que sirvió de puente con una exterioridad en duda.

II NETFLIX

La aparición de Netflix y otras plataformas similares ha revolucionado el mundo del entretenimiento concitando interés comercial por un modelo de negocio y de consumo de contenidos que, incluso antes de la pandemia, ya se mostraba expectante. El confinamiento social ha dado el impulso necesario para sellar una fidelización más allá del sueño más ambicioso de cualquier campaña publicitaria.

El posicionamiento de *la marca* tiene un alcance global y, salvo algunas excepciones, su potencial actual y a futuro ha determinado una seria amenaza para las empresas televisoras locales, transnacionales e incluso para los servicios de televisión por cable, al punto que empresas con muchos años en el rubro han iniciado sus propios y ambiciosos emprendimientos en *streaming*.

La novedad de este milagro económico se esconde bajo una receta ya conocida en el comercio electrónico y que Netflix ha sabido poner en práctica en un nicho no explotado: ser un distribuidor sin costos fijos, comprar derechos de autor o aprovechar aquellos ya caducados, además de un marketing agresivo con el que busca, desde el 2011, establecer una sólida identidad de marca, lo que no implica necesariamente hacer ellos mismos las producciones. Otros factores que explican el ascenso de la compañía son una cuidadosamente orientada selección de contenidos del emporio, el enganche de nuevos suscriptores vía un primer mes gratis, una prima mensual en tarifa plana, la posibilidad de compartir el acceso, la incorporación, desde el 2016, de contenidos locales para ingresar a mercados específicos, la renovación permanente del catálogo y la mejora constante de los recursos que facilitan la navegación y orientan nuestras preferencias.

Por otra parte, la diversificación de la multiplicidad de géneros y su nueva presentación para el consumidor moderno tienen la misión de dar experiencias de personalización, es decir la máxima de pensar siempre en el beneficio del usuario y a su vez creándolo.

La plataforma no sólo es amigable y de uso sencillo sino que su éxito se apoya en la explotación de un insumo que nosotros mismos le proporcionamos: nuestra búsqueda en línea, es decir, el registro de lo que buscamos y consumimos en la web nutre una gigantesca base de datos, recurso invaluable para la retroalimentación del sistema; así por ejemplo, al tiempo que celebramos los mecanismos que facilitan nuestras elecciones o agradecemos tener más opciones para escoger qué ver, Netflix va filtrando los contenidos y perfilándonos como usuarios, todo esto, en línea con lo que se ha dado en llamar "*capitalismo de la vigilancia*" (Zuboff, 2020).

La idea es saber más de nosotros para ofrecer los productos *ad hoc*, midiendo nuestros usos, gustos y necesidades, juntándolo en la data humana, es decir, la información en código, por eso en el 2006 se lanzó un concurso para premiar al sistema de mayor precisión en la información de sus usuarios, en palabras del CEO de la compañía Reed Hastings: "dar el programa adecuado para el estado de ánimo" (The Economist, 2017). Aún cuando públicamente afirman ser defensores y apoyar las políticas de transparencia, Netflix recaba datos de la audiencia para acertar en nuestras preferencias, para marcar tendencias que, como otros formatos, también influyen para enamorarnos, encontrar la casa ideal o definirnos por algún político en las próximas elecciones. Son expertos en predecir y calcular nuestra conducta basados en micro *tags*, lo cierto es que se explotan al máximo nuestros hábitos de consumo que hacen que la oferta nos encuentre sin nosotros buscarla, de tal modo que, más que proyectar o imaginar un público futuro, se lo construye, aunque obviamente la jugada no es infalible y el gusto cultural es más complejo y con frecuencia disonante, esta realidad no sólo valida lo dicho por Bordieu en la Distinción respecto a su rol como marcador de clase social, sino también de género, edad, y otros componentes *interseccionales*.

No obstante, solemos sorprendernos ante ese adelanto sobre lo que necesitábamos o esperábamos ver en la grilla, curiosa casualidad que no es azarosa.

III EL INTERES DEL PSICOANALISIS POR LA SINCRONÍA

A sleep trance, a dream dance, A shared romance, Synchronicity	Un trance del sueño, un baile de sueño Un romanticismo compartido Sincronicidad
A connecting principle,	Un principio de conexión
Linked to the invisible Almost imperceptible Something inexpressible. Science unsusceptible	Vinculado a lo invisible Casi imperceptible Algo inexpressable Ciencia insusceptible
Logic so inflexible Causally connectable Yet nothing is invincible	Lógica tan inflexible Conectable causalmente Sin embargo, nada es invencible
Synchronicity The Police	

La *sincronicidad* ocurre cuando dos experiencias separadas y sin relación aparente parecen estarlo; Jung (1875 - 1961), quien muy temprano mostró interés en este ámbito enigmático, considera que con su aparición se da un alto a nuestras convicciones en la medida que ese contexto de extrañeza se acrecienta pues suele darse en momentos de estancamiento o búsqueda de respuestas, instantes de desconcierto en nuestras certezas que puede ser el inicio de una reflexión de otro tipo y eventualmente de una interrogación al inconsciente.

Sincronicidad significa, literalmente, "juntos en el tiempo", pero más allá de lo peculiar de la simultaneidad, para Jung se trata del vínculo entre ambas situaciones. Él concibe allí una relación significativa y no mero albur, postula estar atentos a las señales donde se entrecruza el inconsciente individual y el colectivo. Por su parte, algunas propuestas como el hinduismo acentúan que con la sincronicidad se establece la conexión de la humanidad con el cosmos.

Estas coincidencias significativas, tienen de fondo ideas sobre la creatividad, la problemática sobre la mente y la materia, además de bordear la relatividad del tiempo. Son estas inquietudes las que llevaron a Jung a profundizar en la comprensión de las interrelaciones entre el mundo y la psique y lo condujeron a prestar mayor atención a un tema que puede lindar con lo sobrenatural y para algunos puede hacer peligrar sus criterios racionalizadores. Sin embargo, esta no fue una preocupación para el autor ni un obstáculo para otros interesados, como el físico Wolfgang

Pauli (1900 - 1958), quien inicialmente tomo contacto con Jung ante la muerte de su madre para convertirse andando el tiempo, en un amigo y colaborador atraído por la idea de los *arquetipos* y la obsesión que mantuvo con el número 137. Pauli, considerado por sus colegas como Atila, "*El azote de Dios*", en ese entonces era un distinguido investigador que no vio incompatibilidad en su gusto por lo misterioso y su desempeño como científico; de hecho, ganó el Premio Nobel de Física en 1945 por sus estudios sobre el principio de exclusión.

Causalidad científica o explicación sobrenatural, parece que allí está la disyuntiva en el entendimiento de las *sincronicidades*. Debemos agregar que ciertos enfoques científicistas se apoyan en el sesgo de confirmación para acabar con el ocultismo detrás de la explicación de las *sincronicidades*; de esta manera, sería la preponderancia que se otorga a la información que corrobora nuestras ideas lo que en verdad está en la base de la naturaleza de esas llamativas coincidencias.

El psicoanálisis pensó en la sincronía, dando énfasis al impacto que generan para entender los sucesos psíquicos; se trata de ciertas experiencias subjetivas coincidentes y enigmáticas que trascienden la aleatoriedad y hoy se plasman en web, pues esa *sincronía* es solo aparente, ya que esas raras ocurrencias si pueden explicarse, pues son posibles por el algoritmo de recomendación que se constituye por la información que Netflix recoge en el uso concreto de los afiliados; esas bases de datos cotizan en el interés de las compañías de seguros y otros servicios de telecomunicaciones. Validando ser dispositivos de control, los medios son *replicadores* de la ideología en la cual confluyen formato, medio y tipos de distribución inherentes a la subjetividad de la época y confirmando la realidad de la supuesta plena libertad en el ciberespacio que describió Lawrence Lessig al referirse a las particularidades de la arquitectura digital como la ley, las normativas sociales, la lógica de mercado y su interferencia en la vida social y la arquitectura en web (Lessig, 2006). Una situación en que vemos a estos elementos actuar en conjunto es en el *maratonear* y, por su intermedio, la intensificación del consumo.

El televidente pasivo es hoy un recuerdo del pasado, y no necesariamente porque haya asumido protagonismo en la interactividad con el medio, decidiendo desenlaces o ejerciendo presión para darle una temporada más a la serie de su interés, sino por todo lo que Netflix sabe de él: sus **intereses y requerimientos**, etc. Esos elementos no son accesorios sino que alimentan el sistema de clasificación que ellos proporcionan (Madrigal, 2014).

IV CUMPLIMIENTO DE DESEOS

Desear, actividad humana central para el psicoanálisis que se muestra no sólo irreductible o desafiante sino ininteligible, en su interrelación con los sueños, lleva a nombrar la ruta privilegiada de acceso al inconsciente, en tanto también es correlato de lo sintomático. Descifrar, darles un sentido, escuchar, interpretar, interrogar a los sueños, explorar los deseos que allí habitan, es parte del oficio del psicoanalista, que los toma como insumos y se deja orientar por ellos.

“¿Qué quieres?”, subraya Lacan en un tramo de su enseñanza a partir del grafo del deseo y luego, retomando al *Diablo enamorado* de Cazotte, precisa algunas aristas de la angustia, aquello que nos acecha e insiste: ¿qué quieres?. Interpelación de aparente sencillez que genera efectos diversos, desarma y a veces paraliza; pregunta siempre abierta, o aún cuando tengamos provisoria respuesta, siempre salta a otra cosa.

La promesa de cumplir los deseos, que parece sobrevolar en el formato Netflix, se acerca a esa hipótesis de la que partió Freud respecto a sus teorizaciones sobre el sueño en cuanto producción del inconsciente que nos revelaría el cumplimiento de nuestros íntimos deseos. Así, cuando algunos pensaban que estábamos en camino a la catástrofe humana y el cumplimiento de profecías, la muerte arrastraba su manto y, tras el, la experiencia de duelo. Haciendo eco de cierta demanda, Netflix nos pone en las pantallas lo que vivimos. Finalmente, su motivación y objetivo es satisfacer nuestros gustos que, una vez colmados, están próximos a vaciarse.

Recordemos que, cumpliendo fielmente la premisa de una experiencia en tiempo real, y en una peculiar demostración de su rapidez para sintonizar con la época, ya en el 2020 Netflix anunciaba en todas sus redes sociales el estreno del nuevo show, *Social Distance*, el cual prometía ofrecer esa cuota de entretenimiento tan anhelada mientras te contaba lo que estábamos experimentando, con Jenji Kohan a la cabeza y de la misma creadora de *Orange is The New Black* y *Glow*, quien declaraba que la misión principal del producto es reflejar la realidad.

Netflix no sólo cumple esos deseos, sino que la propuesta va aún más lejos, en la medida en que tenemos el anticipo de los sueños, y el truco está en que sabemos más del soñante, llegando al punto de desear lo que nos ofrece y sentir regocijo por esa propuesta que esta ya allí para ser consumida.

Desde el ángulo de las ciencias sociales, Bordieu se ocupa del algoritmo al darle estatuto de intermediario cultural, proponiendo un abordaje metodológico como un desafío para el quehacer de la sociología (Bordieu, 1979). Este autor, que también se interesó en la construcción del gusto, es útil para desentrañar, en clave social y ahora desde los entornos digitales, el complejo sistema de recomendación de Netflix. Se pueden sumar con fines de investigación otras miradas que recuperen variables no tan presentes en el sociólogo y de peso en el ecosistema digital, por ejemplo, la racionalidad y *racialidad algorítmica*, temas polémicos que enmarcaron las controversias que se instalaron entre Netflix y Hollywood. En ese debate público estaban de fondo los cuestionamientos sobre la creatividad, pero también en lo latente esta la rentabilidad. La manera como se modela y funciona el entretenimiento aparece ante nosotros como un evento del que somos parte y que un psicoanálisis atento también puede problematizar.

Referencias bibliográficas

Bourdieu, P. (1999). *La Distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus. (Obra original publicada en 1979).

Horkheimer, M. y Adorno, T. (2004). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires; Sur, 1969. (Obra original publicada en 1944).

C. G. Jung, *Analytical Psychology: Its Theory and Practice*. The Tavistock Lectures, Random House, Vintage Books, Nueva York, 1968. 19.

Lessing, Lawrence (1998), "Las leyes del ciberespacio", Conferencia Taiwán Net '98, Taipéi, mimeo [en línea]. Disponible en: <<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-Nuevos-medios/ciberesp.htm>>.

How Netflix Reverse- Engineered Hollywood 2014

<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>

Shoshana Zuboff (2020), *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*