



Ética y Cine Journal

ISSN: 2250-5415

ISSN: 2250-5660

eticaycine@psi.uba.ar

Universidad de Buenos Aires

Argentina

Pérez Duhalde, María Adela

Abrir la puerta a un decir

Ética y Cine Journal, vol. 15, núm. 3, 2025, Noviembre-Marzo 2026, pp. 29-33

Universidad de Buenos Aires

Argentina

DOI: <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v15.n3.51417>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=564483199005>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

[redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Abrir la puerta a un decir

Malas influencias | Kief Davidson | 2025

María Adela Pérez Duhalde*

Universidad Nacional de La Plata (UNPL)

Recibido: 12/09/25; aprobado: 5/10/25

Resumen:

El presente trabajo, busca a partir de la figura de los Influencers, explorar el fenómeno de las influencias en la época. Para eso se sirve de la lectura de una serie llamada “Malas Influencias. El lado oscuro de las redes en la infancia”. Los influencers, se erigen como referentes del estilo de vida para muchos de sus seguidores. La influencia y el mercado se entrelazan. Ahora bien, ¿qué sucede cuando se trata de niños, generalmente regentados por sus padres, los que hacen ese trabajo? ¿Cómo es que madres y padres se erigen, no en protectores, sino en poseedores de esas imágenes de lo cotidiano y las venden como un producto? A la vez el trabajo apunta a explorar las aristas subjetivas que puede tener este fenómeno. Los reyes de la casa, novela de Delphine De Vigan, aportará ese relieve permitiendo destacar el valor de uso y de defensa que para un sujeto puede tener en su vida esa identidad que arma, en la comunidad virtual, por más indialectizable que sea. Por último, como eje que recorre el trabajo se destaca la oferta del psicoanálisis frente a estos fenómenos, que no apunta a dominar, ni a corregir, ni a evaluar sino que pretende dar lugar a una palabra singular para tratar el goce que acompaña a las imágenes encontrando o produciendo el texto al que se anudan.

Palabras clave: Influencers | Niños | Nombrar para | Inconsciente | Amor | Decir

Open the door to a saying

Abstract:

This work, based on the figure of influencers, seeks to explore the phenomenon of influencers in our time. To do so, it uses a series called “Bad Influences: The Dark Side of Social Media in Childhood.” Influencers emerge as lifestyle icons for many of their followers. Influence and the market are intertwined. Now, what happens when it comes to children, generally governed by their parents, who do this work? How is it that mothers and fathers become, not protectors, but possessors of these images of everyday life and sell them as a product? At the same time, this work aims to explore the subjective aspects this phenomenon can have. The Kings of the House, a novel by Delphine De Vigan, will provide this insight, highlighting the value of use and defense that the identity they construct can have in their lives, no matter how indescribable it may be, in the virtual community. Finally, the work emphasizes the approach psychoanalysis offers to address these phenomena. It does not aim to dominate, correct, or evaluate, but rather seeks to create a unique word to address the enjoyment that accompanies images, finding or producing the text to which they are attached.

Keywords: Influencers | Children | Name-for | Unconscious | Love | Say

“Quien no está enamorado de su inconsciente, yerra”.
Lacan, J. (1974). Seminario 21, Inédito

Las imágenes nos miran

Una mañana, mientras estaba armando este texto, recibí un mensaje de una “agencia de reclutamiento de *Youtubers*” que decía: “necesitamos una gran cantidad de usuarios reales para aumentar las calificaciones de los artistas *YouTubers*. Recibirás una recompensa por esta tarea. Prueba, debes darle *Me gusta y Suscribirte*”. El efecto fue inquietante, había estado investigando sobre

el tema por la web y de pronto estaba del otro lado de la pantalla. El corte entre ver y ser vista había desaparecido.

Marie-Hélène Brousse (2025) plantea —siguiendo a Lacan (2015)— que lo que llamamos historia, es la historia de las epidemias. Lo que hoy estamos presenciando es “una epidemia de pantallas” (p. 23) a través de las cuales las imágenes nos miran. Nombra las pantallas en plural, destacando que la del teléfono móvil es una de las más recientes, que se ha consolidado como un órgano suplementario. A través del teléfono que, de manera permanente transmite imágenes y sonidos, estamos conectados permanentemente a la información que llega en forma de noticias falsas o verdaderas, nadie escapa a la lluvia de

* mariaperezduhalde@gmail.com

noticias y opiniones, a las que se agregan las redes sociales. Brousse refiere que la subjetividad de nuestro tiempo está marcada por el individualismo de los “egos descabados” (p. 30).

El presente número de la revista nos invita a reflexionar sobre el fenómeno de las influencias en la época. *Coaching, influencers, gurús, aplicaciones...* Qué hay de los efectos subjetivos de este fenómeno, cómo impacta a nivel de las identificaciones. Cómo afecta a la palabra, al lazo entre enunciado y enunciación. Qué tipo de agrupamientos promueve. Cómo pensar no sólo lo cualitativo, sino el costado cuantitativo del asunto: visualizaciones, reproducciones, *likes*, cuál es su valor. Qué papel juegan en esto las imágenes. Estas son algunas de las preguntas que abren al siguiente recorrido.

Influencers

La RAE cuenta con una sección —en la que ubica palabras que no figuran en el diccionario—, llamada «Observatorio de palabras». Las palabras que ahí aparecen son aquellas en estudio, que generan dudas, que no terminan de ser admitidas; se trata de información provisional, aclaran¹. Es en este Observatorio que se puede encontrar la palabra *influencer*: “La voz *influencer* es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales”. Recomiendan en español usar el término *influyente*, *influidor* o *influenciador*.

Si bien la época de Freud (1990) no era la del imperio de las imágenes de nuestros días, él destacaba el valor que tenían las imágenes para influenciar a la masa: “la masa sólo es excitada por estímulos desmedidos. Quien quiera influirla no necesita presentarle argumentos lógicos; tiene que pintar las imágenes más vivas, exagerar y repetir siempre lo mismo (...)” (p. 77). Las imágenes más vivas, exageradas y repetidas, motorizan la influencia.

Los *influencers*, se erigen como referentes del estilo de vida para muchos de sus seguidores. Buscan aumentar los “me gusta” y las suscripciones a sus canales. Las réplicas de imágenes o videos, una vez que alcanzan cierto número empiezan a generar dinero, “se monetizan”. Así, las empresas los contratan para promocionar sus productos. La influencia y el mercado se enlazan. Se arman comunidades de seguidores de estas celebridades al alcance de la mano.

Ahora bien, ¿qué sucede cuando se trata de niños, generalmente regenteados por sus padres, los que hacen

ese trabajo? ¿Cómo es que madres y padres se erigen, no en protectores, sino en poseedores de esas imágenes de lo cotidiano y las venden como un producto? Los niños permanentemente filmados, en principio en la intimidad de la familia, pasan a ser transformados en actores de *teilerrealidad*, que muestran una felicidad asociada al consumo, una vida plagada de retos absurdos, de diversión de parques temáticos y un mundo en el que poco a poco empieza a inmiscuirse la sexualidad adulta.

Basada en hechos reales

“Malas influencias. El lado oscuro de las redes en la infancia” es una serie documental de Netflix (2025) sobre niños *youtubers* —basada en hechos reales—.

En tres capítulos muestra el armado de un negocio millonario.

#mamager: desde los 3 años Pippa —la *youtuber* protagonista—, empieza a participar en concursos de belleza, conducida por la voluntad férrea de su madre, Tiffany. La niña no va a la escuela, el principal objetivo es avanzar en las redes. La madre, en 2017, lanza el canal de su hija y efectivamente se vuelve una celebridad con más de 10 millones de seguidores. Desarrolla una marca y monetiza el contenido. Empieza a sumar a otros niños para hacer colaboraciones.

#crush: con el transcurrir del tiempo los niños empiezan a hacer “contenido de parejas”. Se trata de chicos que se gustan o fingen gustarse. El empuje a erotizar de cierta forma el contenido se viraliza.

#dejardeeguir: al final se muestra cómo esa comunidad se resquebraja. Los abusos, la explotación y los desacuerdos económicos estallan. Es el tiempo de la denuncia en el que irrumpen los discursos de odio y la segregación. Los niños —ahora adolescentes— y sus padres, demandan por explotación laboral y abuso sexual a Tiffany, quien antes los producía y regentaba. Alegan que trabajaban más de 12 horas día tras día, a la vez que eran sometidos a situaciones de tinte sexual que un adulto no le pediría a un niño.

Aquí también hablan expertos que aseguran que los pedófilos buscan contenido en estos canales. Destacan que en 2007, empieza el auge en las redes, con gente publicando videos de sus vidas para pequeñas audiencias. Para 2011 *YouTube* ya tenía millones de usuarios. Algunas de las estrellas virales eran niños que desempaquetaban juguetes en cámara. Los niños ganan millones al mes en estos espacios. Para ganar dinero hay que conocer los

algoritmos, así los contenidos se vuelven virales. A diferencia de los artistas infantiles que cuentan con leyes que los protegen, estas nuevas formas de trabajo infantil no tienen protección laboral.

La serie resulta interesante porque explora el fenómeno de la influencia en la época por un lado y, por el otro, expone el malestar contemporáneo en las familias. Al respecto, en el último ENAPOL (Encuentro Americano de Psicoanálisis de la Orientación Lacaniana), Christiane Alberti (2025) destacaba que actualmente la niñez ya no tiene la misma evidencia que en otro tiempo. Que la familia se ha transformado en un lugar de realización de sí con un estatuto contractual. Allí prima la dimensión identitaria en la que el niño o es rey o queda librado a sí mismo, confrontándose con el estrago como la contracara gozosa de la norma. El real que irrumpe es el de la multiplicación de los abusos en el seno familiar allí donde se esperaría el amor. La serie pone en evidencia estos puntos que Alberti destaca, no obstante, en su armado reproduce aquello que cuestiona. La telerrealidad y la lógica del mercado comandan. La dimensión subjetiva e interpretativa — más allá de la lógica víctimas-victimarios — no aparece. Es una serie de cierta forma exhibicionista y viral, que invita al “ojo bulímico” (Tarrab, 2018, p. 20).

Presente continuo

“Los reyes de la casa”, es una novela de Delphine De Vigan (2023), que trata el mismo tema de la serie de un modo distinto. La ética del bien decir se presenta aquí recuperando la dimensión del punto de vista en juego.

Mélanie Claux y Clara Roussel, son las mujeres protagonistas de esta historia. Sus vidas se cruzarán en el momento en que la hija de Mélanie — Kimmy — desaparezca. Clara se pondrá a investigar el caso y de su mano empezaremos a adentrarnos en el detrás de escena del armado de un canal de Youtube que tiene a los hijos de Mélanie como protagonistas: “Tras la fachada de este canal familiar tierno y edulcorado, hay rodajes interminables con los niños, retos absurdos a realizar... todo es artificio, todo está en venta, todo es felicidad impostada...” dice en su contratapa.

En este relato es posible ubicar los relieves subjetivos, entramados a la explotación contemporánea de la intimidad, proyectada en las pantallas. Su recorrido permite ubicar los desarreglos y las soluciones que cada uno encuentra allí.

Siguiendo el personaje de Mélanie, se puede captar el valor de uso que para ella tienen estas imágenes, el obtener “me gusta” y ser quien lidera una comunidad de seguidores. Se podría decir que yerra hasta que logra armar un proyecto rígido para su vida y un lugar de pertenencia.

Telespectadora de *reality shows*, desde niña, había participado fallidamente en uno. “Lo que más le gustaba era la televisión. La sensación de vacío que sentía sin poder describirla... no desaparecía hasta que no se sentaba frente a la pequeña pantalla del televisor” (p. 15). Al terminar el secundario quiso estudiar Filología inglesa, hizo el intento de interesarse por los textos. No obstante, ese proyecto quedó trunco. Su madre lo bastardeó, debía ocuparse de encontrar un buen marido — le espetó —; su padre no dijo nada, estaba absorto en la pantalla. “Cuando desde el *present continuous* intentaba proyectarse hacia el futuro (Mélanie), no veía nada” (p. 20).

El presente continuo al que hace referencia la autora me recordó aquello que Jacques-Alain Miller (2016) trabaja en *Desarraigados* en donde es posible establecer una correlación entre la errancia, el fracaso de la nominación paterna y dominio materno. Miller vincula el fracaso de la nominación paterna con lo que llama la “patología del proyecto” entendida como la aniquilación del “sentido de futuro” (p. 169).

Finalmente, Mélanie se casa con un hombre — tal como indica la madre — que conoce en una aplicación. Lleva una vida de ama de casa sin sobresaltos. Pero la perturbación del sentimiento de la vida aparece cada vez con más fuerza. Tras el nacimiento de su primer hijo desencadena una gran depresión. Empieza a llenar su vacío con las redes, a participar de comunidades de madres, sube fotos de sus hijos con buena repercusión, eso la anima, su narcisismo revive de cierta manera. Le devuelven una imagen ideal de “supermamá” con la que se identifica imaginariamente, traje que se inventa para habitar su vida. Supermamá, significante identitario con el que es nombrada. El procedimiento es diario, son micro proyectos que se realizan vez por vez, una foto, una filmación, subirla a las redes, obtener ese reconocimiento.

La novela relata el montaje de esta pujante empresa familiar: del *Facebook* al canal de *YouTube*, de las filmaciones caseras e improvisadas a guionar las escenas y copiar modelos americanos de *unboxing*, retos, etc. El marido deja su trabajo para dedicarse al estudio de filmación. El hastío de los niños es creciente, se percibe, aunque no para

Mélanie. Ella se sostiene e impone un orden de hierro. Todo es filmado y transmitido en directo, siempre vistos, hasta que la niña desaparece. No obstante, lejos de producir la división subjetiva en esta madre, la discontinuidad se rechaza y pasado un tiempo la rueda vuelve a girar, hasta que estalla. Frente al real que irrumpe, no supone nada de un saber no sabido sobre sí misma, no se deja tomar por el inconsciente, el síntoma no se inviste.

Vemos a esta mujer intentando sostener el decorado que es su vida misma, a fuerza de forcluir las cuestiones del amor, empujando cada vez más a volver transparente lo íntimo. En el modo en que se expresa, como un discurso sin dialéctica, “soy lo que digo” resuena: “Casi toda la gente nos quiere... es una locura el amor que recibimos... ahora algunas personas se meten con nosotros... Están celosos... De nuestra felicidad” (p. 57). Aspira a una felicidad sin grietas que, si la dice y la muestra, entonces es. Al final lo que queda es una autoafirmación vacía y sola. Mujer marioneta que creyendo mover los hilos queda atrapada en ese teatro.

A diferencia de la madre —confinada en un orden de hierro, afirmando ser lo que dice—, los hijos al crecer se apartan de ahí. Aquello que sostiene la vida para Mélanie, resulta catastrófico para ellos. Esto los impulsa a buscar otras vías, intentan armar el texto que ha sostenido las imágenes y dar tratamiento al goce que las acompaña, incautos se enlazan a su palabra de un modo que abre la puerta a un decir.

Arreglo para unos... catástrofe para otros...

Esta historia es un elogio a la opacidad que nos habita en tanto seres hablantes y perturba la fascinación espantada que pueden provocar las imágenes.

Elige tu propia aventura...

De la influencia como un fenómeno contemporáneo de la mano de los *influencers*, se pasó a hablar de un “caso”. La novela, permitió hacer este invento de lectura: el “caso Mélanie”. Como practicantes del psicoanálisis, resulta difícil hablar de la época sin hacer pie en una historia singular. La época —por lo demás— como los artistas, siempre nos lleva la delantera. En la novela se capta cómo cada uno responde en singular al malestar y al goce que lo habita, entendiendo este responder no sólo en términos de respuesta, sino también de responsabilidad subjetiva.

Brousse destaca que en psicoanálisis se trata de escuchar al síntoma como un nudo singular, sabiendo que “...su historia es única, incluso si se desarrolla dentro de

los significantes de su época y dentro de los discursos dominantes de un momento histórico” (p. 32). Es interesante poner de relieve una historia única, a la vez que destacar el valor de uso y de defensa que para un sujeto puede tener en su vida esa identidad que arma, en la comunidad virtual, por más indialectizable que sea.

Qué otro final podría haber tenido esta historia, si Mélanie hubiese consentido a hacer del vacío que la habitaba, algo distinto de un trastorno a sacarse de encima; si hubiera decidido en lugar de paliarlo con pantallas consultar con un analista... Si su padre en vez de quedarse callado y absorto en la televisión, hubiera intervenido sobre la madre; o si esta madre, hubiera amonestado² su nombre de otra manera. Qué hubiera ocurrido si el marido de Mélanie se oponía al armado del canal de *YouTube* y le impedía que expusiera a sus hijos de ese modo...

En el *Seminario 21*, Jacques Lacan (1974) habla, por un lado, de cómo yerran aquellos que no se dejan engañar por el inconsciente. Por otro lado, sitúa que ante el fracaso de la nominación paterna, lo que comanda es el orden de hierro del “ser nombrado para” como nominación que viene del lado de la madre y de lo social: “...la madre generalmente basta por sí sola para designar su proyecto, para efectuar su trazado, indicar su camino” (s/p). Es muy impactante tanto en la serie como en el libro el predominio de la nominación materna que impide a los hijos armarse un camino alternativo al que su voluntad férrea dispone. Aun así, el inconsciente retorna.

“Elige tu propia aventura” era una colección de novelas para adolescentes (de moda a fines de los 80/principios de los 90) que en determinado momento de la historia los confrontaba a elegir el camino a seguir. Las posibilidades eran múltiples y el lema el siguiente: “Recuerda que tú decides la aventura, que tú eres la aventura... No hay opciones acertadas o erróneas, sino muchas elecciones posibles”.

Elige tu propia aventura podría ser un modo de decir la experiencia del análisis, que no pretende dominar, ni evaluar, ni corregir; que despoja del destino abriendo a diversos desenlaces según lo que cada sujeto consienta y que recuerda, que para embarcarse en esa aventura es preciso amar al inconsciente, a esa opacidad que nos habita y que paradójicamente puede iluminar el camino. Esa es la vía que propone el psicoanálisis —que sólo se ocupa de palabras singulares— para tratar la errancia o el orden de hierro en el que puede embrollarse un ser hablante.

Referencias bibliográficas:

- Alberti, C. (2025, septiembre). *Hablar con el niño* [Conferencia de apertura]. XII Encuentro Americano de Psicoanálisis de la Orientación Lacaniana (ENAPOL), Belo Horizonte, Brasil.
- Brousse, M.-H. (2025). *El libro y la pantalla. Epidemias viejas y actuales*. El escabel de La Plata, (5). Grama.
- De Vigan, D. (2023). *Los reyes de la casa*. Anagrama.
- Freud, S. (1990). *Psicología de las masas y análisis del yo. Obras completas* (Tomo XVIII). Amorrortu.
- Lacan, J. (1974). *Seminario 21: Les non dupes errent*. [Inédito].
- Lacan, J. (2015). *Universidad de Yale, Seminario Kanzer*. Lacaniana, (19). Grama.
- Miller, J.-A. (2022). *La escucha con y sin interpretación*. Lacaniana, (31). Grama.
- Miller, J.-A., y otros. (2016). *Desarraigados*. Paidós.
- Davidson, K. (Productora ejecutiva). (2025). *Malas influencias: El lado oscuro de las redes en la infancia*. [Miniserie documental]. Netflix. <https://www.netflix.com/es/title/81728889>
- Real Academia Española. (2024, 19 de enero). *Influencer*. [Observatorio de palabras]. Real Academia Española. <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer>
- Tarrab, M. (2018). *La mirada de las imágenes*. Grama.
- Vieira, M. (2024). *Narcisismos: Distorsiones y soluciones del cuerpo*. (Colección Grulla). Grama.
- Wajcman, G. (2011). *El ojo absoluto*. Manantial.

¹ Real Academia Española, “influencer,” Observatorio de palabras, 19 de enero de 2024: <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer>

² Lacan, J. (1974), *Seminario 21, Les non dupes errent*, inédito. Allí Lacan plantea siguiendo a Freud que el amor participa de la identificación y que tiene que ver con el Nombre del Padre. Se pregunta cómo es que “se amoneda ese nombre” respondiendo que es por la voz de la madre. La madre hace lugar al Nombre del Padre traduciendo ese nombre por un no, por cierto número de prohibiciones. No obstante, señala que en la actualidad el “ser nombrado para” es una función que se prefiere a la función paterna.