



Pantallas (no tan) planas. Imaginarios tecnológicos en la formación docente inicial

Mesa temática: 3. Desafíos con las culturas digitales: indagaciones y experiencias en torno a la inclusión genuina de lenguajes y dispositivos. Rupturas o continuidades ante el contexto de pandemia

Laura Colombo

ISFD 19, ISFD Almafuerde, Universidad Tecnológica Nacional

profe@marialauracolombo.com.ar

David Bressan

ISFD 19, ISFD Almafuerde, Universidad Nacional de Mar del Plata

davidbressan@hotmail.com

Federico Ayciriet

ISFD 19, ISFD Almafuerde, Universidad Nacional de Mar del Plata

fayciriet@gmail.com

Resumen

En el presente trabajo analizamos el imaginario que construyen lo/as ingresantes a las carreras de formación docente inicial sobre las tecnologías digitales y sus alcances retomando emergentes de una experiencia que llevamos adelante en marzo de 2022 en el Instituto Superior de Formación Docente N°19 de la ciudad de Mar del Plata. El enfoque teórico que consideramos hace hincapié en las tecnologías e infraestructuras digitales desde una perspectiva sociotécnica, vinculándolas con prácticas y disposiciones sociales de una forma compleja y no determinista. Hablamos de digitalidad o cultura digital desde un prisma que permite dar cuenta de transformaciones en el mapa de las infraestructuras de la cultura y condensar modos de pensar, de sentir, de decir, de hacer y de ser que tienen características singulares. Consideramos que las formas de subjetivación que la cotidianeidad digital promueve performan y a su vez son producto de un proceso de fuertes cambios sociales, culturales y de la subjetividad. Este proceso es estudiado desde muy diversas perspectivas y llega a ser considerado como rasgo de una mutación antropológica. Situándonos como docentes-productores de conocimiento, construimos un corpus de análisis derivado de esas experiencias áulicas, sobre el cual trabajamos a partir de aportes de la metodología cualitativa. Los emergentes de ese proceso interpretativo, mediados por



algunos de los debates teóricos que presentamos, sustentan las reflexiones de ese trabajo. Con estas experiencias buscamos pensar, frente a la omnipresencia de algoritmos y lógicas comerciales que organizan buena parte del entorno tecnocultural, qué posibilidades dejamos a la curiosidad, al deseo y a lo nuevo, y cómo damos lugar a instancias de análisis, reflexión y posicionamiento en el espacio escolar.

Palabras clave: digitalidad; formación docente; imaginarios

1. Formación docente, mutación y preguntas sobre el escenario actual

Como profesores de Institutos de Formación Docente, estamos interesados en procesos sociales y culturales que inciden en la configuración de prácticas y subjetividades de los/as jóvenes que pasan por nuestras aulas, tanto en su rol de estudiantes como en el de futuras/os docentes. En este lugar de “formadores de formadores” encontramos que, desde hace algunos años, se plantea como necesidad el reconocimiento del proceso de *mutación antropológica* que transita la humanidad (Baricco, 2019; Berardi, 2017; Sadin, 2017) y es menester problematizar en las aulas.

La digitalidad da cuenta de transformaciones en el mapa de las infraestructuras de la cultura y condensa modos de pensar, de sentir, de decir, de hacer y de ser que tienen características singulares. En este sentido, consideramos que las formas de subjetivación que la cotidianidad digital promueve, forman y performan este proceso de mutación del que somos parte. Esta cuestión nos interpela e interesa para pensarla en el contexto de los profesorados de formación inicial: ¿Estamos frente a nuevas formas de subjetividad? ¿Nuevas formas de subjetivación? ¿Cómo influyen los consumos y contenidos culturales en la formación de las identidades docentes? ¿Tienen estos cambios una manifestación concreta en instituciones y prácticas educativas?

Atendiendo la complejidad de este escenario, generamos una propuesta de análisis y producción en el marco del Taller Inicial para ingresantes a las carreras de formación docente que ofrece el ISFD N°19. Este instituto es el segundo más grande de la provincia de Buenos Aires con 8 carreras de formación docente, 3 locaciones en el partido de General Pueyrredon y un promedio de 250 docentes y 2000 estudiantes.

Empezamos por preguntarnos qué mirada tienen quienes ingresan a los profesorados respecto de los medios digitales, del entramado cultural y tecnológico actual y cómo interpretan los discursos mediáticos que vehiculizan miradas tendientes a legitimar la presencia de estas tecnologías en la sociedad. Al respecto, nos interesaba poner en debate que si algo atraviesa las carreras de formación docente hoy, en la "pospandemia", es el



imperativo por la pregunta sobre las formas en las cuales la digitalidad atraviesa la formación y las prácticas docentes. El taller desarrollado durante el trayecto inicial a las carreras de profesorado, tuvo ese propósito.

Partimos de considerar que la masividad y la velocidad con que la digitalidad permea en diversas prácticas sociales es sostenida por una serie de discursos tecnocéntricos que consideran este proceso como deseable, al mismo tiempo que inexorable. Asimismo, en los discursos educativos se hace mención a una determinada mirada pedagógica sobre las decisiones de incluir tecnologías digitales, aunque estas pocas veces incluyen una reflexión sobre los modos en que cada entorno o recurso digital construye una noción particular de conocimiento, de aprendizaje o de relación con la información. La digitalidad se aborda como una “caja negra”, y se evalúa su conveniencia o no para cada situación. Es un recurso para la enseñanza y, muy pocas veces, un objeto de análisis en sí mismo respecto a las condiciones de producción y las perspectivas epistemológicas y antropológicas que la atraviesan.

En este contexto, ofrecimos un taller que colocó un spot publicitario como objeto de análisis e invitamos a los/as estudiantes llevar adelante instancias de análisis y producción atendiendo los significantes y significados que se ponían en juego en esta pieza de comunicación. Elegimos una publicidad para analizar por diversas razones. Primero, por la centralidad que estos discursos adquirieron en la etapa contemporánea del capitalismo. Si, como afirma Bauman (1999), en la sociedad de consumo los sujetos encuentran en esta práctica, más allá de la satisfacción de necesidades, una posibilidad concreta de producción de identidades, es claro que la práctica de consumo se manifiesta también como una forma específica de producción (de vida, de identidades, de sentido). Ya en la década del setenta, Baudrillard (2009), sostuvo que una publicidad, además de construir la imagen de determinado producto, tiene una función global incluso más importante, que es la de contribuir a un discurso más general, ideológico, o de base: el que sostiene que cualquier necesidad o problema humano se resuelve en el plano del consumo. La publicidad funciona reencantando la experiencia contemporánea, en la que otras instituciones, discursos o marcos de referencia han sido fuertemente cuestionados. Agregaríamos que, si bien el acto de consumo pareciera circunscribirse a la esfera de lo individual/privado, esta producción es de orden social, y está informada por discursos que le dan referencia y sentido. Entre ellos, el discurso publicitario tiene una importancia no menor, y hace circular -al tiempo que se nutre de- ideas sobre lo deseable, lo posible, lo temido, lo que está bien o mal, que son de carácter netamente ideológico. Finalmente, a nivel estético y textual, algunas características del mensaje publicitario, principalmente su función persuasiva y su formato breve, le dan a



las publicidades una densidad retórica y una riqueza textual que las convierten en muy buenas opciones para ejercicios de análisis de los discursos mediáticos (incluyendo digitales).

Consumimos plataformas de películas y series que perfilan su oferta personalizando sugerencias en función de nuestros consumos previos. Nos dejamos llevar por geolocalizadores que nos indican alternativas y nos ofrecen una opción conveniente para llegar a destino. Permitámonos pensar qué variables está considerando el algoritmo para sentenciar lo que nos conviene. Estos algoritmos fueron programados por instituciones o empresas en base a criterios, objetivos e incluso sesgos determinados, que quedan muchas veces invisibilizados o naturalizados frente a la apariencia *pulida* (Han, 2015)¹, eficiente e impersonal de los procesos digitales automatizados.

Hablamos de infraestructuras digitales a las que delegamos prácticas otrora reservadas para las personas (Sadin, 2017). El correlato de esta cesión es, en muchos casos, la falta de comprensión de los procesos que se ponen en juego. ¿Alguna vez nos preguntamos las razones por las que esas opciones se despliegan en nuestros dispositivos?, ¿cuáles son los grados de “libertad” que se juegan a la hora de elegir un contenido?, ¿quién, quiénes o qué decide por nosotros/as en cada caso?

Parece evidente que la condición inicial es aceptar esa mixtura decisional que se juega en la relación sujeto-tecnología. En este sentido, nos interesa pensar en posibles reconfiguraciones en las relaciones de poder, por cuanto hay una potestad que se entrega a los algoritmos y a los sistemas robotizados que tienen la posibilidad de afirmar qué es lo que se necesita.

la automatización cada vez más autónoma conferida a los procesadores se desliza hacia un agravamiento de su margen interpretativo y decisional, exponiendo una nueva y cambiante “cartografía de poderes” entre entidades humanas y artificiales (Sadin, 2017, p. 60)

La vida cotidiana está repleta de ejemplos concretos en los que cedemos esta decisión en pos de cierta idea de comodidad, eficacia o felicidad. Tomemos como caso la publicidad de “Philco Predicta” (Totalmedios Noticias, 2021), pensándola desde una lógica de la experiencia e incluso pedagogizando la mirada preguntándonos ¿qué tipo de experiencias nos invita a vivir?, ¿qué formas de subjetividad y comunidad nos invita a ser y habitar? Más allá de los procesos de automatización, lo que se juega es una retórica que se sustenta en

¹ Byung Chul Han refiere a una belleza sin fisuras ni impurezas, sin negatividad o distancia, por lo que de alguna manera no involucra una instancia de mediación o interpretación.



la idea de que son las tecnologías las que tienen la capacidad de predecir e identificar qué productos, acciones o vivencias son las que las personas necesitan para alcanzar un estado de bienestar.

Sin embargo, una perspectiva centrada únicamente en las infraestructuras digitales y la algoritmización de los procesos podría situarnos en un determinismo tecnológico que también nos interesa poner en cuestión. Dussel y Trujillo (2018) consideran “protocolos de uso” que suponen “prácticas y saberes de los usuarios sobre los aparatos, que influyen en cómo se despliegan distintas posibilidades en la vida social” (p.146). Lo que se vuelve evidente es que las condiciones materiales en las que se inscriben nuestras prácticas cotidianas inciden en nuestras tomas de posición.

La mayoría de las plataformas, dispositivos y programas llevan implícita una cultura industrial-comercial que dialoga y tensiona con la cultura escolar (que también es portadora de infraestructuras particulares). Pero, al mismo tiempo, estas infraestructuras digitales ofrecen en simultáneo posibilidades educativas. Si lo escolar se caracteriza por la construcción de lo común, por la transmisión del mundo a las nuevas generaciones en un espacio de relativa autonomía respecto de los criterios, demandas y necesidades de la vida cotidiana, entonces no debería obviar el abordaje de lo digital como parte constitutiva de ese mundo sobre el que nos corresponde hablar (Masschelein y Simons, 2014; Larrosa, 2019).

2. Suspender y poner en cuestión

Para el desarrollo del taller, realizamos una convocatoria abierta y optativa a estudiantes ingresantes a las carreras de todos los profesados del Instituto. Uno de los objetivos que nos propusimos fue poner en tensión y visibilizar el modo en que se instalan y operan los supuestos que venimos mencionando. Desde nuestro punto de vista, existen imaginarios sobre la tecnología que inciden en el modo en que los/as docentes en formación de los profesados se vinculan con las tecnologías como formas culturales (Buckingham, 2008), tanto en sus prácticas de estudio como en la de producción de conocimiento y de materiales didácticos.

Para la concreción de la propuesta seleccionamos el spot publicitario de la empresa Philco², en el que se promociona la línea de productos “Predicta”. La campaña se organiza en torno a una narrativa general en la que se cuenta la historia de un científico que queda en situación de marginalidad luego de haber advertido en diferentes ámbitos el riesgo de los

² Empresa de tecnología fundada en 1892 en Filadelfia, Estados Unidos.



avances tecnológicos. Las escenas ofrecen un contrapunto entre los vaticinios apocalípticos del personaje principal y la situación placentera en la que se encuentran las personas que hacen uso de los productos de la línea “Philco Predicta”.

Entre nuestras hipótesis previas al desarrollo del taller, se encontraba el presupuesto de que las lecturas de los discursos tenderían a reproducir una mirada centrada especialmente en el discurso tecnocéntrico, celebratoria del proceso de automatización creciente, tema central de la publicidad. Sin embargo, esto no aconteció de este modo.

Nos interesó esta campaña porque nos daba la posibilidad de problematizar la relación entre infraestructuras digitales y prácticas culturales, entendiendo que allí se presentan una serie de interrogantes y discusiones que nos debemos, especialmente en la formación docente. Por un lado, la publicidad presenta escenas en las que los artefactos están automatizados para prever las necesidades de las personas que los usan, y actuar en consecuencia. Por otro, la voz en off del spot propone un contrapunto afirmando que “enfrentamos a un enemigo silencioso, que no deja rastros, que sabe lo que sentimos, lo que necesitamos, incluso antes que nosotros” (Totalmedios Noticias, 2021, 2m16s). Esto ocurre mientras se muestra a los personajes del spot disfrutando de las bondades de un lavarropas automático y de la autorregulación de un aire acondicionado.

Para el abordaje de la publicidad, consideramos el enfoque desarrollado por David Buckingham (2008) en el que se promueve una educación para los medios. Desde esta perspectiva, nos interesaba que los/as estudiantes reconocieran la pieza audiovisual como un potencial objeto de estudio. En este sentido, asumimos el taller como oportunidad para generar un espacio-tiempo de interés (Masschelein y Simons, 2014) sobre un discurso audiovisual, que por características técnicas vinculadas a sus condiciones de producción, circulación, distribución y consumo, se caracteriza por proponer una experiencia de visionado fugaz. La propuesta se llevó a cabo en un único encuentro y se replicó en dos grupos de trabajo. El taller se organizó en tres momentos con objetivos y prácticas particulares, pero ensambladas.

El primer momento estuvo destinado a indagar posiciones previas de los/as ingresantes. Se propuso el visionado de la publicidad y se invitó a socializar las lecturas iniciales en una presentación gestionada desde el entorno “Mentimeter³”. La consigna expresaba: “Comentan en dos líneas qué es lo que te pareció más interesante de la publicidad o la

³ Mentimeter (www.mentimeter.com) es una herramienta online para la creación de presentaciones digitales interactivas. Permite plantear preguntas y recopilar y presentar en tiempo real las respuestas de las personas, que se conectan a ella vía código QR, o link. Tiene como casi todas las herramientas del género, una serie de posibilidades de uso gratuito y ampliaciones de servicios en las suscripciones pagas.



sensación que te haya producido verla”. Este recurso posibilitó compartir las respuestas que los/as estudiantes pensaron en forma individual proyectándolas en un espacio de trabajo común. Algunas participaciones ofrecieron apreciaciones descriptivas o emotivas: “Me pareció el trailer de una película. Muy interesante”, “Me generó ansiedad porque se acerca un poco a la realidad”, “Me pareció interesante porque hoy en día es muy importante la tecnología”. Otras intervenciones, aún desde afirmaciones generales, permitieron observar lecturas críticas y/o reflexivas sobre la temática en juego: “Buscamos máquinas inteligentes que hagan cosas por nosotros pero sin darnos cuenta nos volvemos obsoletos”, “Lo que más me sorprendió es cómo a partir de la tecnología, sin que nosotros lo notemos realmente, pueden controlarnos y hacer que actuemos de la manera que ellos quieren”.

Posteriormente se invitó a relevar aspectos concretos de la pieza que considerasen significativos para ser analizados. La intención fue abrir direccionalidades diversas en función de los intereses y anclajes que resultaran de la mirada atenta. En esta instancia, las interpretaciones tendieron a ubicarse en el plano de las representaciones propuestas por el audiovisual. Las lecturas se situaron en valores, significados e ideologías que según los/as estudiantes se ponían en juego en la pieza. Identificaron escenas y situaciones que habilitaban significados como “placer”, “comodidad” y “confort”. Resultó particularmente interesante que reconocieran como una estrategia la construcción de una oposición en la que se confrontaban, por un lado, situaciones vinculadas con un estado de bienestar y disfrute, y por otro, el mensaje en clave de denuncia sostenido por el protagonista del relato. Estas lecturas, además, atendieron características de los personajes que protagonizaban las escenas y de los lugares donde transcurrían los hechos relatados. Esto nos permitió proponer preguntas ampliatorias dirigidas a relevar aspectos relacionados con el potencial expresivo del lenguaje audiovisual: características del sonido, momentos en que se habilita texto escrito, los planos y los movimientos de cámara. Las preguntas direccionadas a relevar aspectos vinculados a los rasgos retóricos del video tuvieron como correlato un corrimiento de la mirada. Sin que les ofreciéramos preguntas específicas al respecto, los/as estudiantes analizaron la iluminación de las escenas, las angulaciones de cámara y la relación entre lo que estaba “en foco” y lo que se ofrecía “desenfocado”.

El último momento del taller invitó a los/as asistentes a desarrollar una pieza de comunicación visual que permitiera representar su mirada sobre las infraestructuras digitales. El género discursivo podía ser a elección. Esta propuesta de trabajo en producción



se acompañó del pedido de socializar las elaboraciones en un Padlet⁴ que se proyectó para una posterior lectura y reflexión colectiva.

Dado que el taller estaba pautado sólo para un encuentro no pusimos el foco en los procedimientos y resultados estéticos o formales. En esta oportunidad el eje se situaba en las posibilidades de la imagen como constructora de sentidos. Se produjeron trabajos variados, a partir de los cuales pudimos identificar dimensiones que fueron significativas para nuestra exploración y resultaron del análisis temático interpretativo que realizamos posteriormente (Sautú, 2010), a saber:

- Propuestas que se plantearon como publicidades alternativas: hicieron hincapié en la variación del esquema planteado por la publicidad, con propuestas coincidentes pero asociadas a otros productos no incluidos en la misma: parlantes, agendas electrónicas, celulares, etc. retomando la idea de “cambio generacional” en los productos, modernización, superación de límites, etc.
- Propuestas que plantearon oposiciones entre la centralidad de las tecnologías digitales en las sociedades contemporáneas y otras instancias tomadas como necesarias o esenciales: tecnología como opuesto a naturaleza, consumos considerados superfluos (asociados a los dispositivos tecnológicos) por oposición a consumos considerados esenciales (como el agua).
- Propuestas construidas desde el humor, sobre todo memes, que hicieron foco irónicamente en la dimensión del cuidado delegada en los artefactos, en las oposiciones que plantea la publicidad (el personaje que denuncia / los usuarios de los productos) y las tensiones que aparecen entre estos dos.

Hacia el cierre las discusiones iniciales, centradas en el análisis de la pieza viraron hacia el análisis del contexto más general y los deseos y sensaciones en torno a la automatización. Encontramos una distancia entre nuestros supuestos y lo que efectivamente sucedió en los debates. Entendemos que estos talleres fueron el inicio de un recorrido que busca replantear los sentidos en que la digitalidad es trabajada en los profesorados para profundizar las perspectivas que solo buscan herramientas digitales para hacer clases más dinámicas y/o entretenidas empezando por plantearnos algunos de los interrogantes propuestos y poniendo en debate los sentidos epistemológicos y antropológicos que acompañan estas decisiones didáctico-pedagógicas.

⁴ Se trata de una plataforma web colaborativa en tiempo real en la que los usuarios pueden compartir contenido en tableros virtuales.



3. Reflexiones y derivaciones posteriores

Nos interesa poner de relieve nuestra convicción en la importancia de generar espacios de análisis y reflexión en el ámbito escolar sobre los medios digitales como parte constitutiva del entramado cultural, tecnológico y social. Nos interpela en particular apostar a propuestas pedagógicas que se ocupen de colocar en lugar de objeto de estudio a los relatos que se construyen en torno a las infraestructuras digitales y los procesos delegativos que se producen y legitiman cotidianamente.

Resulta evidente que el desarrollo de medios digitales responde a una búsqueda orientada a ponderar el placer y confort como equivalencia discursiva (Huergo, 2002) de la delegación y la automatización. La algoritmización de (micro)procesos cotidianos otrora reservados para las personas, se transita cotidianamente no sólo como propuesta de las empresas desarrolladoras de softwares, sino también como búsqueda de un público ávido de adquirir estos productos y transitar las vivencias que estos promueven. Se trata de una legitimación constante, minúscula, cotidiana, sobre la que conviene detenerse. En la publicidad que propusimos para el análisis prevalecen los ámbitos domésticos pero, como ya dijimos, el proceso de automatización y algoritmización atraviesa múltiples dimensiones de la vida social, incluso, la educación. En este contexto, consideramos que el ámbito escolar puede ser un espacio social de negociación y, eventualmente, disputa de estos preceptos.

Entendemos que en esa apuesta por “correr la mirada” se juega la oportunidad de provocar otros modos de vincularse con estos discursos, que encuentran en la escuela la posibilidad de tomar distancia, contemplar, discutir y asumir posición. Si la experiencia cultural cotidiana es de superficie, fugaz y veloz, la escuela se constituye en un ámbito propicio e irremplazable para profundizar, ralentizar y deconstruir.

La experiencia de este taller nos permitió identificar que los/as estudiantes ingresantes al profesorado reconocen, probablemente por hábito, la función social de la escuela como promotora de ciudadanos con capacidad crítica. Quienes participaron de esta actividad, identificaron rápidamente que el hecho de habilitar la publicidad como objeto de análisis suponía cuestionar los significados y formas de representación que ponía en juego.

Se hizo evidente también que el estudiantado porta saberes y habilidades previas que son concretas y se vinculan con una basta experiencia como lectores/as de estos discursos. Ahora bien, hablamos de lecturas poco sistemáticas, con una profundidad relativa, situadas pero paradójicamente descontextualizadas. En este sentido, entendemos que este tipo de



experiencias de análisis permiten reconocer y asumir la complejidad del entramado tecnocultural y poner esas interpretaciones ocasionales en perspectiva.

Algo en lo que queremos hacer especial hincapié es en la distancia que identificamos entre las habilidades vinculadas a las prácticas de lectura y las de producción. Entendemos que en este punto hay una dimensión para seguir explorando. En la experiencia de este taller identificamos una predisposición inmediata a objetivar y poner en cuestión un discurso dado, pero no fueron equivalentes la predisposición ni las producciones cuando la propuesta fue generar piezas de propia autoría, incluso teniendo en cuenta ciertas limitaciones de tiempo y recursos. Creemos que lo que se juega en cada caso supone un tipo de conocimiento y de destreza de distinto orden, y que no corresponde considerar que hay una continuidad que esté dada entre un tipo de proceso y el otro. En este sentido, nos parece que una posible pregunta para formular en esa dirección es cómo trabajar sobre la “apropiación” (hacer propio/propio hacer) de estas miradas críticas. Por otro lado observamos que también hay una diferencia notable entre la crítica de los imaginarios tecnocráticos planteados, y la posibilidad de imaginar alternativas.

En los casos en que estas alternativas fueron planteadas, se construyeron pares binarios (Huerdo, 2002) con referencias a las tecnologías por oposición o distancia. Se representó, por ejemplo, un “retorno a lo natural” o incluso a cierta idea de “esencia de lo humano”. Entendemos que estas direccionalidades son complejas y nos interpelan para buscar formas de superar posturas dualistas. En este sentido, constituyen ejes para continuar indagando y profundizando.

Referencias bibliográficas

Baricco, A. (2019). *The game*. Anagrama.

Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin: sensibilidad y mutación conectiva*. Caja negra.

Buckingham, D. (2008). Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital. Manantial.

Dussel, I., y Trujillo Reyes, B. F. (2018). *¿ Nuevas formas de enseñar y aprender?*.

Las posibilidades en conflicto de las tecnologías digitales en la escuela.

Perfiles educativos, 40(SPE), 142-178.



Huergo, J. (2002). *Hegemonía: un concepto clave para entender la comunicación*. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social–UNLP.

Larrosa, J. (2019) *Esperando no se sabe qué. Sobre el oficio de profesor*. Ed Noveduc.

Masschelein, J., y Simons, M. (2014). *Defensa de la escuela: una cuestión pública*. Miño y Dávila.

Sadin, É. (2017). *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*. Ed. Caja Negra.

Sautu, R., Boniolo, P., y Dalle, P. (2010). *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO.

Videografía

Totalmedios Noticias. (15 de diciembre de 2021). Philco -Don- Predicta [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HugfF8OkTjA&t=1s>