

Cuerpo y subjetividad: consumismo y procesos de socialización/educación en las sociedades de consumidores.

Autora: Clara Bravin

Facultad de Filosofía y Letras- Universidad de Buenos Aires

Condarco 1790-P14 Depto "B"-C.A.B.A.

E-mail: cbravin2001@yahoo.com.ar

Introducción

En este trabajo presento algunas ideas e hipótesis de trabajo que han surgido a partir del Ubacyt F807, proyecto en el que abordé temáticas centradas en la corporalidad, la subjetividad y su vínculo con la educación (2006-2010)¹. La hipótesis general del mismo postulaba que en las ciencias sociales emergentes a fines del siglo XIX (más precisamente en la sociología clásica) estaban en germen los que hoy se perfilan como nuevos objetos de conocimiento: las dimensiones sociales del cuerpo y la subjetividad. Temáticas que progresivamente se han instalado en América Latina y que, en nuestro país específicamente, tienden a instalarse sobre todo en áreas sociológicas, antropológicas y en los estudios educativos.

Dicho proyecto, centrado en el trabajo teórico de revisar la teoría sociológica clásica rastreando dimensiones atinentes a la corporalidad/subjetividad (sea que figurasen en forma implícita o explícita) se orientó a la relación educación/socialización. Se han trabajado los textos de Durkheim (fundamentalmente) y Marx, en la última etapa (concomitantemente con las relecturas actuales de estos clásicos dentro del campo sociológico de la educación)²

Como resultado del proyecto (y otros proyectos de investigación empírica a lo largo de los últimos años, emparentados con la temática) ha emergido un conjunto de preguntas e hipótesis para futuras investigaciones. Algunas de ellas en relación con lo que

¹ Ubacyt F807 **Corporalidad y Subjetividad : Cuerpo y producción de identidad en la escuela. Dir. Clara Bravin**

²Ver Bravin, C.(2007). Cuerpos, subjetividades y educación: aportes de la sociología clásica a los desarrollos actuales. Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación (IICE) Fac. Filosofía y Letras. UBA. N° 25 año XXV.

podríamos llamar el efecto pedagógico/político del mercado a través de los mass media y las Tics, en relación con la subjetividad de los jóvenes, y su articulación con la pedagogía escolar, en la construcción subjetiva y corporal de los estudiantes.

Una de esas preguntas interroga la **relación entre manipulación de la información, mercado y socialización**. En esta relación las nuevas tecnologías y los mass media (tanto discursos como imágenes) constituyen un mecanismo altamente eficaz en la producción subjetiva de los jóvenes en tanto que consumidores antes que ciudadanos.

Las funciones clásicas de socialización, atribuidas a los sistemas educativos modernos de formar ciudadanos y formar para el mercado de trabajo se enfrentan hoy con el contexto cultural -mucho más complejo que los de los siglos XIX y XX- propio del llamado Nuevo Capitalismo (Sennett, 2006). Si bien parte importante de estas transformaciones, desde la segunda mitad del siglo XX, vinieron de la mano de la industria del entretenimiento surgida con el cine y la televisión, hoy las mismas están potenciadas por las TICs. La mercantilización de la cultura y de los diversos aspectos de la vida afecta la vida escolar y la relación que ésta guarda con la tradición emancipadora de la modernidad.

Como afirma Sandra Carli los chicos son vistos hoy más como consumidores que como escolares, “tironeados” por la escuela, por la publicidad, por el mercado y por los mass media en simultáneo³.

Pareciera que el dispositivo curricular, especialmente el curriculum oculto, se comporta frente a estos procesos de forma ambigua, desenmascarándolos por un lado, y por otro, reforzándolos mediante una visión del mundo culturalmente compartida con la sociedad, (muchas veces solapada), y esquemas de prácticas (semiconscientes o inconscientes) que reproducen los sistemas de percepción y visión del mundo dominantes (Bourdieu:1995)⁴.

³ “Así como a principios del siglo XX los niños fueron objeto de estudio central de la pedagogía moderna para diseñar la escolarización como gran sistema cultural de formación de las nuevas generaciones, en pleno siglo XXI hoy son un público consumidor de particular valor comercial para el mercado. Son potenciales compradores de un amplio espectro de productos, publicitados en forma directa por la televisión, con la que tienen un contacto cotidiano durante muchas horas.” Ver Sandra Carli (2011): http://www.clarin.com/zona/Hoy-chicos-vistos-consumidores-escolares_0_556744431.html

⁴ Bourdieu, P. (1995) Sociología y cultura. México: Grijalbo.

Este artículo explora la fundamentación teórica de estas hipótesis.

Cuerpo moderno/Cuerpo mercancía

Las representaciones y la experiencia modernas del cuerpo arraigan en un conjunto de cambios sociales económicos y culturales de lo que llamamos Modernidad en los siglos XVI y XVII.

La emergencia de un nuevo tipo de conocimiento, la ciencia natural de base matemática, - la física y la astronomía (Galileo), los estudios anatómicos y fisiológicos emprendidos por Vesalio, Da Vinci, Harvey, entre otros -van a resignificar el carácter del cuerpo, hasta entonces considerado sagrado, derribando las barreras de la profanación.

El cuerpo comienza a ser representado por las elites eruditas, como una **máquina** que puede ser desarmada (viviseccionado) como mecanismo cuyas partes deben funcionar a la manera de una relojería perfectamente calibrada. Reloj que va a cuantificar, dos siglos después, una nueva temporalidad: la de la duración espacializada de la acumulación capitalista. Era de la exactitud y la precisión, que va a alcanzar su máxima expresión con las formas organizacionales del tiempo y el espacio taylofordista, que racionaliza la fuerza de trabajo como nunca antes, controlando los modos operatorios del cuerpo, su eficacia y disponibilidad: “cuerpo útil en términos económicos” diría Foucault, y “dócil políticamente”⁵.

Proceso de racionalización que alcanza a los cuerpos, separándolos de los otros cuerpos, en un mundo feudal eclipsado por la fuerza del comercio y la acumulación de dinero. Se van a diluir los lazos comunitarios, estableciendo un fundamento impersonal en el **individualismo** de las relaciones sociales.

En esta nueva edad, los hombres son separados, distanciados de su prójimo, de la naturaleza y de sí mismos, dirá Le Breton⁶.

La nueva dinámica del capitalismo naciente, de la nueva ciencia del hombre que elabora un conocimiento del cuerpo humano, maquinaria racionalizada al interior de lo que Weber denominó proceso de racionalización, de desencantamiento del mundo, ahora bajo el dominio humano.

Con la filosofía racionalista de Descartes, el siglo XVII solidifica el dualismo cuerpo-alma, ya presentes en la cultura occidental cristiana.

⁵ Ver Foucault, Vigilar y Castigar

⁶ Ver Antropología del cuerpo y Modernidad.

El hombre y su cuerpo quedan escindidos de este modo, de la naturaleza y de los otros hombres, pero también de sí mismo: el hombre y su cuerpo se separan en la representación, especialmente en la de las elites intelectuales que producen las visiones del mundo. El hombre ahora tiene un cuerpo, que no es idéntico a su persona. La unidad del hombre con la naturaleza y su cuerpo- naturaleza también- está rota.

Marx también va a señalar la enajenación⁷ que sufre el hombre en las formas capitalistas del trabajo humano.

Dado que la actividad vital del hombre es el trabajo consciente,- actividad que define su ser genérico- supone una finalidad, la del producto en el que el hombre se objetiva.

*“En el carácter de la actividad vital se encierra todo el carácter de la especie concreta, su carácter genérico y la actividad consciente libre viene a ser, precisamente, el carácter genérico del hombre”.*⁸

Pero el producto de su trabajo, en el capitalismo, ya no le pertenece y se alza ante él como un objeto extraño y amenazante, del que además no puede apropiarse porque paradójicamente, cuantas más mercancías produce, menos puede tener.

No obstante, el hombre, no sólo es enajenado del producto de su trabajo, sino también de su **actividad productiva**, pues aquello que debiera ser una actividad placentera deviene sufrimiento, displacer y deterioro de su ser mismo (trabajo forzado).

De este modo el hombre es separado de la naturaleza, **su cuerpo inorgánico. El hombre deviene esclavo en doble sentido de modo que sólo en calidad de obrero puede existir como sujeto físico y sólo es obrero en tanto sujeto físico, fuerza de trabajo.**

La enajenación de la vida genérica significa que al hombre se le arrebató su cuerpo inorgánico, la naturaleza.

“La esencia genérica del hombre- tanto la naturaleza como el patrimonio genérico espiritual de él- deviene esencia ajena, medio para mantener su existencia individual.

⁷ Ver Marx, Karl. (1979) Manuscritos Económicos Filosóficos de 1844. Madrid: Alianza Editorial.
(Trabajo enajenado)

⁸ Marx, op.cit, pp61

El trabajo enajenado enajena al hombre su propio cuerpo, a igual que la naturaleza circundante y su esencia espiritual, su esencia humana”⁹ (negritas mías)

El cuerpo en el capitalismo: producir y consumir

El capitalismo requiere producir tanto material como subjetivamente el consumo, y por lo tanto, la necesidad de consumir, a los fines de mantener los estándares de la producción y la acumulación. En esta estrategia, el cuerpo es el blanco.

Al considerar los trazos sociales del cuerpo (**cuerpo signifiante y significado**), en el cual la cultura graba jerarquías y estatutos, cualidades y potencias, deseos e identificaciones, comprendemos que el cuerpo pueda ser interpelado emocionalmente y afectivamente. En tanto que locus donde se registran, procesan y graban emociones, me referiré al **cuerpo emocional, aludiendo a los aspectos subjetivos, para distinguirla de otras dimensiones de la corporalidad¹⁰**.

Podríamos creer que, desde un punto de vista economicista, sólo los cuerpos requieren reproducirse individualmente porque en ellos vive la fuerza de trabajo que produce la riqueza. Pero si como postula Marx, la producción conlleva simultáneamente el consumo, entonces se requiere la creación simultánea de los consumidores en tanto que sujetos que “necesitan” y “desean” un producto determinado.

A su vez el cuerpo, locus de la Fuerza de Trabajo, en el capitalismo deviene mercancía, cuerpo cosificado por el modo de producción (según ya hemos visto)

De modo que si la producción capitalista es simultáneamente consumo, y éste supone la creación del sujeto que ha de desear y comprar el producto, la creación de la necesidad subjetiva del producto resulta imprescindible. Con este planteo, Marx enlaza de este modo las dimensiones objetivas y subjetivas¹¹.

⁹ Loc. Cit. Pp.62

¹⁰ En relación con la terminología sociológica relativa al tema del cuerpo socialmente construido, y la relación cuerpo/subjetividad ver de Pedraza Zandra: **Políticas y estéticas del cuerpo: la modernidad en América Latina**. http://antropologia.uniandes.edu.co/zpedraza/Poly_Esteticas_del_Cuerpo.pdf

¹¹ En la **Introducción a la Crítica de la Economía Política**, Marx se refiere al consumo en los términos siguientes:

“(…)La producción es inmediatamente consumo.

Doble carácter del consumo, subjetivo y objetivo: por una parte el individuo que desarrolla sus facultades al producir, las gasta igualmente, las consume en el acto de la producción (...) En segundo término: consumo de los medios de producción que se emplean, que se usan y que se disuelven en parte (como por ejemplo en el acto de la combustión) en los elementos del universo. Lo mismo sucede con la materia prima, que no conserva su forma y su constitución naturales, sino que es consumida. Por lo tanto el acto de producción es él mismo, en todos sus momentos, también un acto de consumo” (Marx, 1974: 26).

La identidad entre Producción y Consumo es lo que los economistas llaman **consumo productivo**. Pero si nos centramos en el Consumo, veremos que éste es también inmediatamente producción. Dice Marx *“Es evidente que en la alimentación, por ejemplo, que es una forma particular de consumo, el hombre produce su propio cuerpo”* (Marx, 1974:27)

Lo particularmente interesante en este planteo, es el movimiento mediador entre ambas: *“La producción es mediadora del consumo, del cual crea los elementos materiales y que sin ella no tendría objeto. Pero el consumo es también mediador de la producción, ya que procura a los productos el sujeto para el que son productos.(...)”*

“ (...) ..el consumo establece idealmente el objeto de la producción, en forma de imagen exterior, de necesidad, de móvil y de fin. Crea los objetos de la producción en una forma todavía subjetiva. Sin necesidad no hay producción. Pero el consumo reproduce la necesidad” (op.cit, pp28 negritas y subrayado propio)

Aunque el consumo es un momento de la producción y el punto de partida es la producción- factor predominante en este proceso dialéctico-, el consumo es un momento inseparable e indispensable de la producción¹².

Nuevas tecnologías, Socialización y Mercado

Considerando lo antedicho, es posible comprender el sentido del intenso trabajo publicitario y la acción de los mass media y las nuevas tecnologías en el modelado y construcción de la necesidad y el deseo; en este juego es fundamental la producción de las identificaciones inducidas a través de los media y tics, en respuesta a las exigencias del mercado capitalista, en pos de producir el “consumo”. También que dicho trabajo deba comenzar desde la infancia y tenga en niños y jóvenes, sus principales destinatarios.

En las últimas décadas se han agregado a la radio y la TV, la Internet y con ella las redes sociales, que operan como espacios virtuales de socialización.

Sin caer de ninguna manera en la desvalorización de las nuevas tecnologías, una perspectiva crítica permite examinar los usos de Internet, y preguntarse por aquellos que son funcionales a un sistema en el cual la economía ha invadido todos los aspectos vitales, deshumanizándolos. Vale citar la perspectiva de Zigmun Baumann¹³, en la que

¹² Es notable el modo en que Marx veía y distinguía claramente el **factor subjetivo e ideacional** en todo este proceso.

¹³ Baumann, Z. (2007) Vida de Consumo. Buenos Aires: F.C.E.

el autor presenta distintos casos de la experiencia cotidiana, mostrándonos la forma en que operan las redes sociales. Considera que los sitios de “redes sociales” se esparcen con la velocidad de una “infección en extremo virulenta”¹⁴.

En este sentido, pareciera que nuevas prácticas “confesionales” (ya no las prácticas confesionales religiosas ni psicoanalíticas) se han instalado a través de la red virtual, en la que se depositan imaginarios a veces peligrosos, pero efectivos la mayoría de las veces.

Por otro lado, Sousa Santos, analizando los procesos de globalización, demarca la significativa dimensión cultural de estos “universos simbólicos”, “comunidades de sentido” que se esparcen por obra de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Y si bien no cabe pensar que su acción es masivamente creadora de pensamiento crítico liberador, como a menudo ciertos actores sociales se refieren a las tics, si sería posible plantearse la existencia o creación de universos simbólicos alternativos a la cultura global, (que ni es universal ni es apolítica, sino que es básicamente, la cara hegemónica de la cultura dominante).

En el sistema escolar la cuestión de la incorporación de las TICs y los más antiguos medios audiovisuales aún resulta ser un problema no resuelto. Su implementación, los beneficios y los aportes concretos a la construcción del conocimiento es tema actual de investigación y discusión. De la misma forma se ha puesto de relieve el problema de las diferencias entre la información y el conocimiento y el papel que cumplirían las TICs en el proceso cognitivo ¹⁵.

Si bien no es el objetivo de este trabajo analizar lo antedicho, cierto grado de enfrentamiento entre sistema escolar y redes sociales puede verse también en el primer mundo, fundamentalmente en Gran Bretaña, relativamente atrasada respecto del uso

¹⁴ “Los usuarios están felices de poder revelar detalles íntimos de sus vidas íntimas, de dejar asentada información verdadera e intercambiar fotografías. Se estima que el 61% de los adolescentes del Reino Unido de entre 13 y 17 años tienen un perfil personal en un sitio de redes que les permite socializar on line”. (Baumann,2007:12.)

¹⁵ Ver, entre otros trabajos:

Carnoy, M. (2004) Las TIC en la enseñanza. Posibilidades y retos

<http://redes-cepalcala.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/TIC/TIC%20POSIBILIDADES%20Y%20RETOS.pdf>

- Castaño Meneses (2010). Información versus conocimiento. <http://www.victorcastano.net/resources/Coparmex-abril-2010.pdf>

masivo de las Tics, donde maestros y padres están “obsesionados por la seguridad” (Baumann, 2007).

En los países orientales como Corea del Sur, sin embargo, ya es rutina una vida *social* transformada en vida *electrónica* o *cibervida*. Gran parte de la “vida social” “se desarrolla en compañía de una computadora, un iPod o un celular, y sólo secundariamente con otros seres de carne y hueso. El riesgo de “muerte social” amenazaría a los pocos que todavía no han logrado subirse a Cyworld, líder del cibermercado surcoreano.

En una cultura confesional, dice Baumann, los jóvenes están equipados con confesionarios electrónicos portátiles.

Los sistemas informáticos y los mass media, canalizan la necesidad de un determinado producto, que es creada sin pausa por todos los medios disponibles: radio, t.v., telefonía, medios gráficos, Internet.

Esa férrea voluntad del mercado de vendernos algo, tiene la propiedad de hacernos creer que somos libres, fundamentalmente a partir de la **libre elección** de lo que consumimos, en un mercado flexible que ofrece una amplia pero acotada diversidad de productos. (Baumann denomina a esto fetichismo de la subjetividad).

En este sentido, se pretendería que la relación entre el consumidor y la mercancía responde al modelo sujeto/objeto cartesiano, adjudicándole al primero una soberanía que no tiene.

En todo caso afirma Baumann, lo que caracteriza a las sociedades de consumidores es la división borrosa entre mercancía y consumidor, ya que no sería posible **devenir sujeto sin antes convertirse en producto**, en un mundo en el que la durabilidad ha entrado en el descrédito y en el cual los tiempos de las experiencias se han acotado a la temporalidad puntillista y breve del presentismo.

Las diversas estrategias del mercado para **producir la demanda del objeto de consumo, para producir al sujeto consumidor**, consisten tanto en la obsolescencia programada como en la seducción de la publicidad, la moda y el marketing.¹⁶

El funcionamiento eficaz del sistema de clasificaciones al cual las Tics prestan servicio en forma plena, está dado por el hecho de que las empresas las utilizan para decidir a qué clientes maltratar, acorde al valor económico que representan para la empresa. Los

¹⁶ Al respecto un Video (Comprar, Tirar, Comprar) que ha circulado en la red desde hace unos años, ilustra en forma documentada estos procesos.

clientes son clasificados en función de la importancia económica que se les ha adjudicado y cuando llaman, según su categoría son (o no) atendidos inmediatamente por personal jerárquico. En el peor de los casos se les mantiene esperando y son remitidos a personal sin poder de decisión. De esta manera, las nuevas tecnologías permiten ingresar al banco de datos toda información pertinente para eliminar a los consumidores “fallados”, es decir, aquellos que por un motivo u otro, no sucumben a los encantos del marketing. (Baumann, 2007).

La revolución tecnológica de mediados de los 70, entre otras cosas, ha potenciado la maquinaria infernal del mercado que produce consumidores y el concomitante sistema de clasificaciones sociales. No es difícil observar que las redes sociales reproducen las taxonomías sociales a nivel virtual y en forma potenciada, justamente porque pareciera que no lo hacen

Nuevas formas de subjetividad nos interpelan, y para no quedar fuera las personas nos vemos empujadas a promocionar un producto deseable y atractivo, acrecentar el valor de mercado de lo que tenemos para vender: NOSOTROS MISMOS. Y el medio de promoción y venta, por excelencia son los mass media y las redes virtuales: “Ellos son, (las personas) simultáneamente, los promotores del producto y el producto que promueven. (...) El examen que deben aprobar para acceder a los tan codiciados premios sociales les exige reciclarse bajo la forma de bienes de cambio, vale decir, como productos capaces de captar la atención, atraer clientes y generar demanda”. (Bauman, 2007:18)

De este modo, la información que circula en los medios y en las TICs, es eficazmente utilizada como instrumento en la manipulación de ese cuerpo afectivo-emocional, de la subjetividad/cuerpo.

La creación de un conjunto de estímulos, identificaciones y más específicamente necesidades psicosociales, que devienen demanda y consumo, promete dotar al cuerpo significativo de ciertas propiedades, cualidades y potencias que son hoy culturalmente valoradas¹⁷.

¹⁷ Esto es aún más visible en el caso de la mujer, hoy principal destinataria de la intervención: a través de prácticas médicas y psicológicas de normalización, de transformación, de reproducción de esquemas perceptivos de dominación y descalificación, etc. Los dispositivos de estas intervenciones tienen en los medios masivos y las TICs un aliado fundamental.

La indagación de las formas en que se incorporan dentro del sistema educativo estas tecnologías, especialmente las electrónicas, y las consecuencias y modalidades de procesamiento y construcción del conocimiento que hacen factible, es una de las líneas investigativas socioeducativas que pareciera imponerse necesariamente como intento de resistencia ante la progresiva mercantilización de la vida, proceso quizá subsidiario de aquel que Weber considerara como proceso de racionalización social¹⁸. Racionalización de signo mercantil que, independiente de cuál sea la forma del Estado capitalista, (no sólo bajo la forma del estado neoliberal) atraviesa la vida social y cultural.

Es dable pensar que en esta dinámica capitalista, las TICs estarían cumpliendo una función mucho menos democratizadora y liberadora de lo que prometían.

Ciertamente no se trata de desconocer la relevancia de las tics, y no sólo en un sentido cultural sino social, en el más amplio sentido. Más bien se propone la necesidad de adoptar la crítica de los “usos” de las mismas. Se trata de cómo las usamos, y como enseñamos sobre sus usos posibles, y sobre todo de potenciar el conocimiento y no la mera instrumentalización de un medio tecnológico, que en sí mismo no es ni malo ni bueno, y, en todo caso, forma parte de una constelación científico-tecnológica que ciertamente amerita el calificativo de revolucionaria.

Por otro lado, cabe agregar que estas nuevas subjetividades acompañan lo que algunos autores, siguiendo a Norbert Elías llaman un proceso de des-civilización.¹⁹

Elías ve en la cultura occidental el pasaje desde las constricciones externas de la sociedad hacia las auto-coacciones del sujeto. Sin embargo la evolución de las sociedades hacia la civilización de las costumbres, no supone un progreso necesariamente y coexiste con procesos descivilizatorios.

Baumann ve que en la actualidad una vía menos costosa y más eficaz se estaría implementando al interior del proceso civilizatorio/des-civilizatorio: **la obligación de elegir**:

¹⁸ Proceso que según Max Weber, atraviesa a las modernas sociedades capitalistas: razón instrumental- como forma de la razón moderna,- que se ha vuelto prioritaria.

¹⁹ Ver al respecto: Kaplan, C. (2006). Violencias en plural. Sociología de las violencias en la escuela. Buenos Aires: Miño y Dávila;
Tenti Fanfani.E. (2000). La escuela constructora de subjetividad.
[www.reduc.cl/raes.nsf/4211b585503d5ece04256843007c08e2/ffb4725551650e7304256839007852d0/\\$FILE/rae08.278.pdf](http://www.reduc.cl/raes.nsf/4211b585503d5ece04256843007c08e2/ffb4725551650e7304256839007852d0/$FILE/rae08.278.pdf)

“...la oposición entre el “placer” y el “principio de realidad”, hasta hace poco considerada insalvable, ha sido superada: rendirse a las rigurosas exigencias del “principio de realidad” se traduce como cumplir con la obligación de buscar el placer y la felicidad, y por lo tanto es vivido como un ejercicio de libertad y un acto de autoafirmación” (Baumann, 2007:105)

De modo que pareciera que la civilización ya no supone una renuncia instintual, una renuncia a las pulsiones del ello, y por lo tanto al principio del placer, sino más bien, que la **realización del principio del placer ha devenido principio de realidad, y que dicha realización nos hace “libres”**.²⁰

Reflexiones finales

Si el conocimiento ha sido el horizonte que nos ha definido como modernidad occidental, y que ha aportado los fundamentos mismos de los sistemas educativos nacionales, hoy pareciera tratarse principalmente de Información.

En un mundo en el cual la individualidad es el eje rector, y los signos de distinción nos dotan de un capital simbólico, hemos llegado también a sobrevalorar el “tener” y el “pertenecer” (a ciertos grupos, virtuales o no).

Este sentido de pertenencia constituye una fuerza emocional significativa que impulsa los comportamientos sociales.

La interpelación a través de identificaciones y significados culturales, hace que los símbolos socialmente valorados, depositados por la mercadotecnia- a través de sus variadas estrategias- en las mercancías que el mercado nos ofrece, se nos vuelvan necesarios para no quedar “fuera”, para no sufrir el estigma de la no pertenencia.

Sennett ha comparado el dorado de la producción flexible y las técnicas de la mercadotecnia con los modos de hacer política que invaden la escena pública en el nuevo capitalismo (Sennett, 2006)²¹. A la vez que el nuevo capitalismo nos enseña a consumir de una determinada forma, consumismo que constituye, hoy por hoy, una de las formas fundamentales de inclusión social y, por tanto, determina grandes franjas de

²⁰ Es interesante como en las formas de protestas llamadas cacerolazos, que se dieron en los últimos meses en nuestro país, en las cuales los medios y las tics han tenido un papel fundamental, una de las demandas más escuchadas que fundamentaron la protesta, era ser “libres” en tanto que consumidores no regulados de dólares y turismo.

²¹ El autor denomina a tal fenómeno, la **función de magisterio de la economía**.

poblacionales excluidas, (lo que autores como Baumann y Waquant llaman clase marginal y marginalidad avanzada respectivamente) también nos enseña comportamientos que se transpolan a otros ámbitos de la vida, entre ellas la educación en tanto que socialización, tanto en sus formas institucionalizadas como la escolaridad, como en sus formas difusas en el entramado social, y, hoy por hoy, en estas nuevas formas de socialización a través de las redes sociales virtuales.

La diversidad y la diferencia, elemento central de nuestras democracias, vuelve paradójica la realidad de no querer ser diferentes. Y ello es así sobre todo para los jóvenes.

En un momento en que la brecha entre los más ricos y el resto, los incluidos y la clase marginada (Baumann,2003), entre los que tienen conocimiento y los que tienen información es cada vez mayor, incluirse y pertenecer (o simular pertenecer) parece ser un objetivo más accesible si se opera a través de las redes sociales.

Las redes parecieran reemplazar los ámbitos “reales” de socialización, por un espacio virtual, donde el principio de realidad poco importa, y se impone el principio del placer. Si es verdad que el principio de realidad introduce la cultura y los límites en una sociedad, quizá entonces, **los límites no constituyen una realidad tangible para las nuevas generaciones que así se socializan.**

De allí que las identidades, muchas veces falsas o irreales que se asumen en la red no preocupan a los fundamentalistas del mundo virtual, aún cuando puedan constituir un peligro en el mundo real, cuando se producen los encuentros de “carne y hueso”.

En este marco la pregunta alcanza al sistema educativo: hoy el dispositivo pedagógico, ¿Refuerza las diferencias y estereotipos promovidos sutilmente (a veces de modo no tan sutil) a través de la industria del entretenimiento en los mass media y las Tics? ¿Es posible instrumentar eficazmente, contenidos, modelos de praxis pedagógica, tendientes a debilitar los mecanismos del mercado y su alianza con las TICs? ¿Qué cambios requiere el sistema escolar para que esto sea factible?

El conocimiento, herramienta de construcción escolar requiere ser consolidado en las aulas en contraste con los elementos meramente informativos. Mientras tanto se refuerza en las redes sociales, un modus operandi basado en la simulación y el dispositivo confesional que borra los límites entre lo público y lo privado; ello no significa necesariamente la construcción de una verdadera comunidad ciber, sino, en gran medida, de la manipulación del yo y el abuso de poder que se posibilita a partir de la exposición íntima de los más vulnerables.

En defensa de las nuevas tecnologías (porque el problema no es la tecnología en sí) podemos rescatar aquellos sitios donde se potencia la intención de crear otro tipo de redes: las que tienden lazos auténticos. Pero no abundan aún. La importancia del sistema escolar adquiere mayor dimensión en la producción de estas intenciones y valores, formas de ser que resistan eficazmente los procesos mencionados.

Deconstruir las nociones desvalorizantes y desvalorizadas de lo femenino, los estereotipos de género, de etnia y de clase, en sus versiones más insidiosas que son justamente las más sutiles, es un trabajo cultural a desarrollar también y principalmente en el sistema educativo.

Esta deconstrucción requiere, según entiendo, debilitar las interpelaciones que efectúa el mercado a través de los mass media y las TICs, a partir de potenciar las transformaciones necesarias en el sistema educativo, tendientes entre otras, a modelar una subjetividad resistente a los procesos de mercantilización.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2003). Trabajo, Consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Gedisa.
- Baumann, Z. (2007). Vida de Consumo. Buenos Aires: F.C.E.
- Bravin C. (2007). Cuerpos, subjetividades y educación: aportes de la sociología clásica a los desarrollos actuales” Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación (IICE) Fac. Filosofía y Letras. UBA. N° 25 año XXV Agosto 2007. ISSN0327-7763
- Camiletti, R y A. Pizarro (2006). Análisis de experiencias de integración de las TICs en educación. http://jornadaie.unvm.edu.ar/4ta_2006/pon10.pdf-LA PAMPA
- Carli Sandra (2011) Hoy los chicos son vistos como consumidores.
http://www.clarin.com/zona/Hoy-chicos-vistos-consumidores-escolares_0_556744431.html
- Carnoy, M. Las TIC en la enseñanza. Posibilidades y retos
<http://redes-cepalc.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/TIC/TIC%20POSIBILIDAD%20Y%20RETOS.pdf>
- Castaño Meneses (2010). Información versus conocimiento.
<http://www.victorcastano.net/resources/Coparmex-abril-2010.pdf>
- Foucault, M (1989) “Vigilar y Castigar”, Siglo XXI, Buenos Aires.

- Kaplan, C. (2006). *Violencias en plural. Sociología de las violencias en la escuela.* Buenos Aires: Miño y Dávila
- - Le Breton, David (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad.* Buenos Aires: Nueva Visión.
- Marx, K (1974) *Introducción a la crítica de la economía política.* Buenos Aires: Editorial Polémica.
- Marx, Karl. (1979) *Manuscritos Económicos Filosóficos de 1844.* Madrid: Alianza Editorial.
- Pedraza, Z.(2009). *Políticas y estéticas del cuerpo: la modernidad en América Latina.*
http://antropologia.uniandes.edu.co/zpedraza/Poly_Esteticas_del_Cuerpo.pdf
- Sennett, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo.* Barcelona: Anagrama.
- Sousa Santos (2003). *La caída del ángelus novus: ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política.* Bogotá:ILSA.
- Tenti Fanfani. E.(2000). *La escuela constructora de subjetividad.* Archivo PDF
[.www.reduce.cl/raes.nsf/4211b585503d5ece04256843007c08e2/ffb4725551650e7304256839007852d0/\\$FILE/rae08.278.pdf](http://www.reduce.cl/raes.nsf/4211b585503d5ece04256843007c08e2/ffb4725551650e7304256839007852d0/$FILE/rae08.278.pdf)