

LA CONSTRUCCIÓN DEL SUJETO NORMALIZADO

EDUCACIÓN Y MERCANTILIZACIÓN

De manera creciente, la lógica del mercado regula nuestras interacciones sociales. Analizar críticamente los efectos de este fenómeno en el terreno educativo es una tarea imprescindible para su desnaturalización.

Ramiro Tau y Silvia Parrat-Dayan

Las disciplinas científicas que se ocupan de la cultura y de las relaciones sociales frecuentemente hacen foco en los aspectos distintivos de los grupos humanos. Es evidente que las formas de pensar y actuar, las opiniones, las elecciones o los gustos, están fuertemente influenciados por la pertenencia a determinada familia, región geográfica o sector social, entre muchísimos otros aspectos. Es así que una inmensa cantidad de investigaciones se dedican a reconocer estos atributos sutiles en grupos sociales y a tratar de entender, por ejemplo, por qué las maneras de ver el mundo de dos jóvenes estudiantes pertenecientes a países diferentes pueden llegar a ser tan similares. O, aún más, por qué es posible que personas con orígenes sociales afines, que viven en un mismo barrio, comparten el mismo idioma, reciben salarios equivalentes tengan, no obstante, gustos, creencias y valores radicalmente opuestos.

Sin embargo, descubrir las particularidades de las pequeñas organizaciones humanas es una tarea que debe ser complementada con otra de sentido contrario, esto es, buscar los aspectos generales que los trascienden y atraviesan. Esta mirada amplia es la que se interesa en los procesos sociales extensos: los "climas de época", los rasgos generacionales, las coyunturas políticas mundiales o los grandes

movimientos estéticos.

Ambas escalas de indagación, la de los pequeños grupos y la que atiende a los macro-procesos sociales, se relacionan de manera compleja y son necesarias para un análisis riguroso de la realidad humana. Sin embargo, no es posible ocuparse de todos estos problemas simultáneamente. En este artículo abordaremos un fenómeno social muy amplio, con la esperanza de ofrecer un "telón de fondo" a partir del cual pensar situaciones locales específicas del mundo educativo.

El fenómeno del que nos ocuparemos viene recibiendo una atención científica y política internacional creciente, por los efectos a los que conduce. Ha obtenido diferentes nombres que aquí agruparemos bajo la denominación general de "mercantilización de las relaciones sociales". De modo sintético, podemos caracterizarlo como un proceso mediante el cual los sujetos y los intercambios sociales se definen en los términos de una economía de mercado predominantemente neoliberal. Se trata de un fenómeno cuasi-global que obedece al tipo de economía de mercado que domina muchas de nuestras sociedades. A pesar de su extensión, este fenómeno no siempre es evidente. Se produce y reproduce de manera invisible. Aunque resulte paradójico, es justamente su generalidad la que lo vuelve opaco, porque forma parte de lo que esperamos que suceda en el mundo, porque es parte de nuestro sentido común. En una palabra, se trata de un proceso "naturalizado".

Esta orientación de las acciones, que llamamos "mercantilización", produce un tipo de sujeto social específico y, aunque adopte variantes particulares en cada contexto político, lo hace a través de una "matriz de significados" que traspasa culturas y jurisdicciones. Se expresa en todo tipo de situaciones sociales y moldea las acciones y pensamientos, sin que tengamos una clara consciencia de su existencia. En el terreno educativo, sus efectos son notables en diferentes modalidades y niveles, desde el diseño curricular nacional, hasta las estrategias de enseñanza en el aula. Por ello, creemos que una discusión sobre la calidad

Palabras clave: educación, individuo, mercantilización, sujeto.

Ramiro Tau¹

Dr. en Psicología
rtau@psico.unlp.edu.ar

Silvia Parrat-Dayan¹

Dra. en Psicología
Silvia.Parrat-Dayan@unige.ch

¹Archivos Jean Piaget, Universidad de Ginebra

Recibido 07/07/2018. Aceptado 16/10/2018.

educativa actual debe partir del reconocimiento de estos aspectos fundamentales.

A fin de caracterizar dicha matriz productora y reproductora de cultura presentamos, a continuación, algunos de sus rasgos más sobresalientes y generales –aun a riesgo de caer en banalizaciones–, en torno a cinco tópicos que se han vuelto lugares comunes de las agendas educativas contemporáneas y particularmente en la de Argentina.

Creatividad

La palabra “creatividad” tiene mucho éxito en dominios que podrían parecer muy alejados unos de otros. Es una palabra de moda. En las planificaciones educativas la referencia a la promoción de la creatividad es cada vez más frecuente y por momentos parece reeditar de manera exacta el significado que adquiere en la economía de mercado. A su vez, los desarrollos de la psicología contemporánea sobre la creatividad y sus mecanismos específicos no parecen encontrar un lugar central en los proyectos de educación, donde se la suele reducir a la búsqueda de conductas innovadoras o a la generación de productos. Poco importa, además, saber cómo se llegó a estos resultados o, inclusive, cuál es su verdadera relevancia para la enseñanza y el aprendizaje.

En la bibliografía sobre el tema se suele presentar a la creatividad como una superación ante los cambios a los que nos enfrentamos durante nuestras vidas. Y ante esto, no importa de qué tipo de cambio se trate –personal, profesional o social– lo esencial es sobreponerse creativamente, reteniendo algo útil y descartando los aspectos desventajosos de la nueva coyuntura. Lo que se sostiene de este modo es que todo es intercambiable, sustituible o descartable, sea una conducta, una idea o una persona. Lo principal es obtener del cambio inexorable una ganancia, una rentabilidad valiosa desde el punto de vista de la dinámica del sistema económico.

No es por casualidad que los términos de creatividad, innovación y productividad empresarial aparecen asociados en estos discursos. Para desarrollarse, las empresas precisan reconocer las necesidades mutantes del «cliente» y alcanzar resultados creativos para enfrentar los cambios del mercado. Aquí, el acento no recae en el proceso creativo, en sus tiempos y momentos necesarios, sino en la búsqueda de una solución que debe ser rápida, eficiente –en términos de costos– y satisfactoria para la maximización del capital.

Toda esta lógica impone una falsa equivalencia entre acción, competencia y producción, invisibilizando las acciones que no desembocan inmediatamente en un beneficio y prescribiendo la innovación, como si ello fuese posible. Se trata de una modalidad que tiene consecuencias políticas de peso. Si no se alienta

a pensar el mundo de otra forma, a transgredir los horizontes dados, sino que, por el contrario, se promueve la reproducción del orden consagrado, la imaginación y el descubrimiento quedan al servicio del poder. Y en ese ejercicio de servidumbre tampoco hay lugar para consideraciones que están por fuera de la racionalidad productiva, como por ejemplo, las de tipo estéticas o la conciencia social.

Por otra parte, una creatividad que sólo aspira al resultado provechoso configura al otro –una persona, una institución, una disciplina científica o artística– como un adversario o una potencial competencia en la disputa por el control del mercado. Con estas condiciones de partida, el diálogo colaborativo se ve reducido o anulado.

Meritocracia

Aunque el término “meritocracia” fue acuñado en el siglo XX, expresa una noción que tiene sus orígenes en antiquísimas reflexiones filosóficas sobre la política. Refiere a una organización gubernamental utópica, sustentada en el principio de la “debida recompensa”. A diferencia de lo que sucede cuando los roles sociales y el poder se distribuyen atendiendo a las castas, al tráfico de influencias, al linaje, la riqueza o el sexo, la meritocracia promueve el ideal de la adecuación: los roles y responsabilidades de los individuos dependerán de sus capacidades, aptitudes, formaciones o esfuerzos. En un sentido muy vago, este principio se encuentra y realiza parcialmente en todas nuestras democracias modernas, a través de los sistemas de evaluación escolar, los concursos públicos o los diferentes exámenes de aptitud y colegiación profesional, donde los criterios de selección son, en principio, iguales para todos.

Esta noción cobró relevancia en los últimos años, principalmente en las propuestas programáticas del neoliberalismo, tanto para el ámbito de la gestión pública como para la privada. La meritocracia suele ser presentada como un principio universal de eficiencia y justicia que persigue la igualdad de oportunidades en acuerdo con la administración racional de los recursos. Sin embargo, esta propuesta idílica es extremadamente problemática y se han formulado muchos argumentos que señalan que no es más que un eufemismo para la legitimación de las desigualdades sociales implícitas. En otras palabras, la meritocracia, en su forma pura, vuelve invisibles las diferencias de poder y de oportunidades entre los sujetos.

En primer término, se trata de una perspectiva ingenua respecto del papel que juega la posición de un individuo en la trama social. La idea de igualdad de oportunidades supone un “juego limpio” en un escenario homogéneo, como si las diferencias, económicas y simbólicas que operan desde el acontecimiento fortuito del nacimiento, no existieran.

Desconocer estas asimetrías en la escuela es catastrófico, porque conduce a la reproducción de las inequidades en el terreno "objetivo" del conocimiento. De este modo, las desigualdades negadas reaparecen en la escena bajo la luz del merecimiento, quedando, de este modo, justificadas.

Por otra parte, esta maniobra conceptual requiere la participación de otro supuesto clave: la condición individual. El éxito o el fracaso, desde esta perspectiva, son el resultado de capacidades o decisiones voluntarias, siempre personales y nunca sociales. Así, la meritocracia constituye un serio obstáculo para el reconocimiento de las determinaciones políticas, económicas y culturales. En el mismo sentido, este individualismo extremo atenta contra las bases de la organización democrática al aceptar, tácitamente, que ciertos individuos son mejores que otros para ejercer el gobierno y la toma de decisiones.

Al postular la existencia de cualidades estrictamente individuales, estables y desigualmente distribuidas, se asume que hay sujetos que son más educables que otros. Concebir a la educación en estos términos extremos es reducir la práctica de la enseñanza a la amplificación de las desigualdades que la escuela debe combatir. Asimismo, en la meritocracia opera una polarización radical: es exculpatoria respecto de las instituciones educativas, y culpabilizante respecto de los sujetos. En última instancia, la responsabilidad del fracaso es del sujeto o de su entorno social, quedando la escuela fuera de todo cuestionamiento. La falta de logros es consecuencia de la incapacidad personal, del escaso esfuerzo o de las condiciones familiares-ambientales.

Finalmente, la misma noción de mérito es problemática, porque encierra una serie de valores acerca de la justicia y las retribuciones, nacidas de las prácticas establecidas y de las cosmovisiones de los sectores dominantes, presentadas como siendo universales, ahistóricas y objetivas.

Espectacularidad

Algunos pensadores han observado que las instituciones y prácticas tradicionales de nuestras sociedades han adoptado, desde mediados del siglo XX, una lógica propia del espectáculo y que esto moldea muchas de nuestras relaciones sociales. La política, la difusión de noticias, los deportes, la mercadotecnia y hasta las guerras, han exacerbado su dimensión mediática. Pero otros acontecimientos de la vida cotidiana que estaban reservados a una esfera más íntima, como las bodas y los rituales religiosos, los nacimientos, las enfermedades y las muertes, también han traspasado sus límites originales para ubicarse en la zona del espectáculo público. Mucho más recientemente, las redes sociales profundizaron el carácter visual, expositivo y fugaz de las interacciones

sociales. En el seno de estas prácticas, la realidad es presentada a través de una imagen o una trama narrativa que se difunde a través de los medios de comunicación y que adquieren un matiz ficcional. El destinatario es un espectador. Algunos de los efectos más notables de este proceso es la relativización de la verdad —la ficción y la realidad no tienen fronteras claras—, el "borramiento" del contenido histórico que impone la inmediatez y la proliferación de noticias falsas o "a la carta". En su lugar, los parámetros estéticos y hedonistas le confieren carácter de entretenimiento a una nueva realidad televisiva y fugaz.

La educación no es ajena a este proceso por el cual se redefine la relación docente-alumno y se la aproxima a la del animador-espectador. En particular, la enseñanza ha adoptado muchos de los recursos del espectáculo, por momentos como un intento desesperado por competir con otras prácticas y discursos sociales. Así se asume que, por ejemplo en la escuela, una clase ideal debe ser divertida y cautivante, algo que consideramos deseable sólo si no se pierde de foco que esto debe ser un medio y no un fin en sí mismo. En efecto, si la orientación hacia la espectacularidad genera reparos, es por el hecho de que existe una tendencia a confundir al alumno con un espectador-consumidor pasivo, que debe ser entretenido y satisfecho en su demanda constante de placer.

Bajo estas coordenadas de lectura de los hechos, la tan mentada desmotivación de los alumnos es entendida como una dificultad que sólo puede ser superada aumentando las dosis de espectacularidad de la enseñanza, sin poner en entredicho la relación entre las expectativas de unos alumnos particulares con los contenidos y las prácticas áulicas propuestas.

De un modo que no siempre es evidente, todo esto opera ciertos deslizamientos de sentidos a los que debemos atender: aprender equivale a jugar, conocer se reduce a poseer información actualizada y discutir es impactar y persuadir al otro a través de intuiciones inmediatas. En su conjunto, estos movimientos pueden ser un serio obstáculo para la promoción de una posición crítica.

Las nuevas modalidades que esto impone a la argumentación merecerían un desarrollo más extenso. No obstante, mencionaremos tres situaciones en las que se vuelve evidente el rol de la lógica del espectáculo en detrimento del ejercicio argumentativo. En primer lugar, una idea siempre es preparada por otra y precisa de tiempo para desarrollarse. ¿En qué medida la educación actual da lugar a este proceso? En segundo término, la verdad de una idea no se decide en función de su mayor o menor aceptación o popularidad, aunque muchas veces esta confusión es presentada bajo la ropa del respeto a la multiplicidad de voces. Por último, el carácter persuasivo y la eficacia



Mural de los alumnos de 3º 2º de la ESRN 45 (Albarracín 234, Bariloche), que comparte el edificio con la ESRN 77 turno noche. Profesores a cargo del área en la cual se llevó a cabo el mural: Juan Manuel Ferrarini, profesor de Artes Visuales; Juan de Paz, profesor de Teatro y Carlos Behm, profesor de Música. El mural es parte de un proyecto realizado en el curso. Dicho proyecto debía involucrar a las partes del Taller (Artes Visuales, Teatro y Música). La temática surgió de los estudiantes y se llevaron a cabo encuestas y debates sobre sus intereses. Todo esto concluyó en la ambientación de su aula como un bar, llamado "La luna". La realización del mural formó parte de la decoración, como escenografía de una banda en vivo, y de la presentación de una escena teatral. Mural realizado en el primer cuatrimestre del ciclo lectivo 2018.

de algunas ideas se deben al valor que tienen para distintos sectores de la sociedad. ¿En qué instancia se vuelve explícito este carácter social de las ideas?

Factorización

Una serie de conceptos y valores propios de las fábricas o empresas productoras de bienes de consumo son una fuente usual de referencia en las propuestas educativas actuales. Aunque no sea explícita la relación con el mundo empresarial, las resonancias simbólicas son evidentes. Nociones como las de calidad, eficiencia, evaluación externa, resultados, competencia, impacto, y utilidad, eran impensadas en los proyectos educativos de algunas décadas pasadas.

En términos generales, resultan esquivos por su polisemia y riesgosos por las conclusiones a las que conducen. En particular la calidad y la utilidad son dos nociones fuertemente cargadas de valores. Su dimensión ideológica es inocultable, aunque se las presente como criterios objetivables.

Por otro lado, si la educación es considerada como un bien de consumo o como un gasto, en lugar de definirla como un derecho básico y una inversión, nuevamente es el mercado el que debe regularla. Ajustada a la libre interacción de la oferta y la demanda, con una participación menor del Estado, la educación, y en particular la educación privada, se aviene al juego de la competencia para atraer usuarios-consumidores. Para ello, se apela, nuevamente, a la relación costo-

beneficio, medida según los criterios impuestos por el capital. De este modo, se potencian los discursos que ven en la educación sólo un medio hacia la obtención de réditos económicos, hacia lo «útil».

La competencia –en el sentido de disputa entre rivales–, suele ser presentada como un ejercicio sano, casi deportivo, que la educación debe fomentar. Sin embargo, como mencionamos antes, en estos casos no se trata de una promoción del proceso argumentativo o del debate constructivo entre pares, sino más bien de la persecución de un resultado eliminatorio. Ganar o apartar al otro es la consecuencia de trasladar la educación, desde el escenario del conocimiento hacia el del mercado. En la oferta publicitaria de educación privada este sentido es claro cuando, por ejemplo, en lugar de informar sobre los contenidos de la educación ofrecida, se acentúa la ventaja para la inevitable competencia futura por bienes escasos y exclusivos. Así, la educación es una preparación para una contienda que vendrá: la de la escuela, para acceder a una mejor universidad, la de la universidad, para ganar un mejor puesto laboral.

Bajo estas premisas, la escuela debe "venderse" atractivamente, ateniéndose a las reglas de la mercadotecnia. ¿Dónde queda, entonces, el papel emancipador, crítico y transformador de la educación si esta es equiparada a una empresa, los alumnos a consumidores y el conocimiento a una *via regia* para la eliminación del otro?

Inclusión

Las reflexiones sobre la participación de las instituciones educativas en la configuración del orden social promovieron una infinidad de investigaciones y publicaciones de diferente tipo. Más allá de las posiciones teóricas, no hay dudas de que la moderna escuela pública estatal de las democracias contemporáneas es un elemento clave de la movilidad social ascendente. Algo parecido puede decirse de otros niveles educativos que permitieron el acceso libre y masivo. La educación es, sin dudas, una de las formas de la justicia social y un camino para la superación de las desigualdades extremas y vergonzantes de nuestras sociedades. Este, quizás, sea uno de los puntos de mayor acuerdo en el mundo educativo internacional –al menos en las declaraciones– y el que más se reedita en discursos románticos sobre la escuela. En efecto, nadie dudaría del carácter “inclusivo” que tiene el acceso a la educación. Frente a este evidente acuerdo se nos impone una nueva pregunta, ¿inclusión a dónde?

La apelación descontextualizada a la inclusión parece evadir muchas veces este punto crucial. Si esto no forma parte de nuestros debates, la inclusión puede quedar reducida, como vimos en el punto anterior, a un mercado de exclusividades en el que la educación cuenta nada más que a título de vehículo. Lo que queremos señalar es que en la referencia bienintencionada a la inclusión puede anidar la fuente de una gran invisibilización. Por una parte, puede desdibujar toda pretensión liberadora y crítica. Si la inclusión se equipara a adaptación o ajuste de los sujetos al orden social establecido, la educación queda reducida a un aparato al servicio de la reproducción de las desigualdades. A su vez, si no se explica a quiénes, cómo y a dónde se va a incluir, la inclusión no es más que una fórmula vacía de sentido. En otras palabras,

a la manera de un andamiaje funcional al sistema de desigualdades, buscar la inclusión puede implicar dejar de pensar en las razones de las exclusiones.

Comentarios finales

A partir de la exposición de estos ejes de problemas, podemos ensayar algunos comentarios que los atraviesan, ya que sus límites son brumosos.

Respecto de la eficacia de lo que denominamos mercantilización de la educación, creemos que en gran medida se debe a su carácter implícito o poco tematizado. Bajo este supuesto es que proponemos cuestionar el sentido generalizado, aun en las situaciones en las que nos encontramos defendiendo los derechos de los más desfavorecidos, tal como vimos al referirnos a la noción de inclusión.

Asimismo, lo que intentamos es mostrar cómo un conjunto de problemas que están presentes en las discusiones actuales sobre la educación se conectan en sus bases. Su pertenencia a una matriz de sentido estructurada por la economía de mercado es uno de los aspectos que se evita, porque parece ser un asunto demasiado lejano a los problemas cotidianos de la educación. Sin embargo, los principios que organizan nuestras prácticas educativas están guiados y moldeados por estos significados. Pero mucho más profundamente, de esta matriz emerge un tipo de sujeto particular con el que la educación opera. Se trata de un sujeto que progresivamente se ha ido transformado en un individuo que debe ser aislado con precisión quirúrgica de su contexto socio-económico. Así, sus ataduras culturales, de clase, valorativas, ideológicas quedan olvidadas. En otros términos, la misma estructura social es la que se eclipsa a través de las ficciones del esfuerzo y la capacidad individuales, de la creación como actividad solitaria tendiente a reproducir los bienes de consumo, de la educación como mero medio para servir al autosustento. En una palabra, se perfila un sujeto “normalizado”, un sujeto en acuerdo con una norma que lo precede y lo talla a la medida del mercado.

Resumen

Las disciplinas científicas que se ocupan de la cultura y de las relaciones sociales frecuentemente hacen foco en los aspectos distintivos de los grupos humanos. Es evidente que las formas de pensar y actuar, las opiniones, las elecciones o los gustos, están fuertemente influenciados por la pertenencia a determinada familia, región geográfica o sector social, entre muchísimos otros aspectos. Es así que una inmensa cantidad de investigaciones se dedican a reconocer estos atributos sutiles en grupos sociales y a tratar de entender, por ejemplo, por qué las maneras de ver el mundo de dos jóvenes estudiantes pertenecientes a países diferentes pueden llegar a ser tan similares. De manera creciente, la lógica del mercado regula nuestras interacciones sociales. Analizar críticamente los efectos de este fenómeno en el terreno educativo es una tarea imprescindible para su desnaturalización.

Lecturas sugeridas

- Gómez, M. T. (Coord.) (2010). Procesos de mercantilización en los subsistemas educativos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 13 (2), pp. 1-173.
- Pérez Gómez, Á. (1999). *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Madrid: Morata.
- Puiggrós, A. (2017). *Adiós, Sarmiento. Educación pública, Iglesia y mercado*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.