

Mercados y pedagogías



Cecilia Saux y Horacio Bilbao (UNPAZ)

Salvo que seamos extraterrestres, todos estamos más o menos familiarizados con los mil y un conceptos de mercado que arrecian en nuestras cotidianidades deprimidas. Por eso vamos a ahorrarnos algunas definiciones al respecto en pro de reflexionar sobre algunos de los muchos problemas ligados a la veneración de esta palabrita fetiche. El de mercado es un concepto relacional, qué duda cabe y, por supuesto, impacta de lleno en las políticas públicas educativas.

Los lectores de *Futuros Comunes*, nuestra revista, lo saben, puesto que de algún modo construimos una voz común asociada la producción de saberes y habilidades que sufren las tensiones del mercado. Necesitamos técnicos informacionales exitosos y productivos, pero orientados a qué. ¿Hay una dirección social, estatal si quieren, para llenar los vacíos de un futuro soberano? ¿O es el mercado quien define las necesidades de un país, de una universidad, de una carrera, de nuestros miles de estudiantes? ¿Puede exigir el mercado que una universidad, que los técnicos y profesionales que allí se forman se desliguen de la vida de su comunidad, se desmarquen del futuro del país persiguiendo éxitos individuales, funcionales al mercado? Este número de *Futuros Comunes* apunta a lo contrario, y es por eso que entre los artículos de la presente edición privilegiamos las ideas y proyectos de los estudiantes. Cualquier pedagogía debería hacerlo.

En las páginas de este número¹ tenemos a docentes y estudiantes trabajando sobre el Chagas en hospitales del Conurbano Bonaerense, tenemos a estudiantes pensando en un campus que aplique la inteligencia artificial para incluir diversidades y no para eliminar el pensamiento en pos de la automatización, tenemos emprendimientos que se cuestionan sobre el poder de la creatividad artística (la música específicamente) asociada a los territorios en tiempos de homogeneización cultural, tenemos a profes y estudiantes reflexionando sobre las mediaciones tecnocomunicativas.

No hay neutralidad posible en esas mediaciones, y por ello es tan importante sumar voces, sentimientos, saberes... desde nuestros territorios (Google lo sabe, las IA generativas también, y modulan nuestros futuros en redes insondables). ¿Serán ellos quienes orienten y planifiquen nuestros rumbos? Bienvenido el mercado, la empresa privada, pero los objetivos deberíamos ponerlos nosotros, sin olvidar la vieja pregunta sobre la soberanía universitaria. ¿Cómo hacemos para integrar esa producción a la vida social, a nuestras comunidades? ¿En base a qué necesidades, a cuáles deseos orientaremos el fruto de esas producciones? ¿Al servicio de quién?

Este número no resigna las notas de autor. Julián Tagnin sondea las profundidades de un conflicto trascendental, el rol de objetos técnicos como agentes morales; Daniel Daza Prado aborda el comercio electrónico como un dispositivo social; y, desde Brasil, Renato Dagnino nos conecta con los problemas actuales de las políticas cognitivas, de las tecnociencias, referenciado en la fecunda historia del pensamiento latinoamericano en CTS. Pero, como dijimos, los estudiantes también ensayan algunas respuestas a semejantes problemas.

Respuestas que toman de su experiencia, adaptadas a los tiempos que corren, pues estamos en un mundo de datificación y algoritmización permanente. En materia de salud, de economías circulares, de pedagogías, de mediaciones técnicas, incluso de creaciones artísticas, son necesarias esas preguntas. El conocimiento que se produce en nuestras universidades, con la soberanía política indisociable de la independencia económica como telón de fondo, necesita de un desarrollo técnico urgente pero a la vez consciente de las nuevas desigualdades y dependencias que surgen de allí.

¹ Todas las imágenes de este número, con excepción de las incluidas en la colaboración de Dagnino, son de elaboración propia.