

## Educación socioemocional: la nueva ruta para la explotación laboral.

**Por: Lev Moujahid Velázquez Barriga. La Jornada. 14/08/2017**

El siglo XXI fue el escenario de una nueva oleada de reformas curriculares neoliberales que secundaron a las de los años 90, cuyo eje articulador continuó siendo el modelo estandarizado basado en competencias; no obstante, éstas hicieron un primer intento de quitarse el estigma empresarial. Fue así que las competencias holísticas y para atender la complejidad entraron en escena con un discurso renovador, para sustentar la invasión mercantilista de la pedagogía; sin embargo, uno a uno de los planteamientos (propiciar el diálogo entre materias, aprendizajes que permitirían seguir obteniendo otros aprendizajes, aprender por proyectos y la movilización amplia de saberes, emociones, valores, aptitudes y no sólo capacidades para el trabajo) fueron sepultados con la perversa reducción del currículo a los contenidos de las pruebas estandarizadas.

Un segundo intento viene con el nuevo modelo educativo del actual sexenio, cuyos planes y programas de estudio tienen ligeros cambios, pero sin modificar la orientación empresarial. De la misma forma engañosa que el proceso anterior, aparenta tener una concepción integradora del alumno, que consiste en incorporar el desarrollo de su dimensión socioemocional; en realidad, mantiene la misma matriz economicista que se propone formar capital humano o, en otras palabras, que la escuela pública siga siendo el espacio gratuito de la iniciativa privada para la capacitación de fuerza física, intelectual y emocional para el trabajo.

El nuevo modelo educativo es el producto de un set renovado de competencias laborales que demandan los procesos reorganizativos de las empresas del capitalismo del siglo XXI, las nuevas formas de consumo personal y *online*, pero también de control y dominación que han adquirido otras dimensiones relacionadas con los avances científicos y tecnológicos. Por ejemplo, las neurociencias han abierto un nuevo campo de colonización que hasta hoy había sido impenetrable para el sistema de dominación: el cerebro humano, pues han descubierto que es posible la manipulación de sus funciones para hacer más eficientes las dinámicas de

producción y consumo de mercancías.

Hace varios años, antes incluso que en el ámbito educativo, el mundo empresarial experimenta la estrecha relación que existe entre el desarrollo emocional de sus empleados y el crecimiento de las ganancias, entre la invención de identidades familiares de los trabajadores con la empresa y el cumplimiento de altas metas de productividad que arrastran hasta niveles inusitados de superexplotación. Un manejo adecuado del estrés en circunstancias de excesiva flexibilidad laboral ha sido esencial para contener disfuncionalidades en estos procesos de precarización del trabajo y esclavización emocional.

Lo que hay detrás de la reforma y su propuesta educativa es el modelo *coaching*, desarrollado para la esfera de la empresa, pero trasladado al ámbito escolar; en él juega un papel muy importante la ilusión de ser un emprendedor, que tiene como base la programación neurolingüística con el "sí se puede". El reforzamiento de la autoestima cotidiana y la actitud de liderazgo autorregulan la condición opresiva en el trabajador explotado, le crean la falsa expectativa de ser ejecutivo o de llegar a serlo; las capacitaciones mediadas por la emocionalidad le impiden reconocer con claridad la sutileza de estos mecanismos de sometimiento, en los que las relaciones de seguridad social y laboral son obviadas tras estas interconexiones emocionales que le hacen sentirse un socio libre y no trabajador explotado.

La inteligencia emocional, como la denomina Daniel Goleman en su *best seller* del mismo nombre, ha sido también adoptada con éxito por la mercadotecnia. Los estudios de las neurociencias aplicadas a los patrones de consumo estiman que 70 por ciento de las razones que motivan una compra están asociadas a cuestiones emocionales y en menor porcentaje porque la gente realmente necesita lo que adquiere, de suerte que la contaminación propagandística empieza a utilizar de manera excesiva la posibilidad de recrear la vivencia socioemocional mediante consumo. El eslogan "Destapa la felicidad" ejemplifica muy bien cómo una marca de bebidas azucaradas utiliza recursos emotivos para incitar a consumir sin culpa ni raciocinio sobre las implicaciones para la salud que tienen sus productos.

En nuestra sociedad, los patrones de consumo en lugares masivos se han ido individualizando paulatinamente; entonces, cada sujeto es visto como portador

personal de mercancías que siguen siendo de producción masiva, pero ofertadas de forma directa, por catálogo, desde sus redes sociales y en sus dispositivos personales, por teléfono o sin salir de casa. Por eso el nuevo modelo educativo se propone formar vendedores de mercaderías capaces de conectarse emocionalmente con los deseos, intimidades, empatías, vacíos, estímulos, miedos y necesidades comunicativas y existenciales de los consumidores.

Siguen viendo a los alumnos como potenciales portadores de habilidades para producir, vender y consumir. Educar para el desarrollo socioemocional resulta significativo para su propuesta en la medida en que es parte de las nuevas competencias que las empresas ya han incorporado a sus lógicas de producción y consumo, de superexplotación y precarización laboral, de biopoder y colonización sobre la mente humana. El humanismo que profesan es sólo una máscara y detrás de ella se esconde el rostro demacrado del mercado, la ganancia para los de arriba como fin superior de la educación neoliberal.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Entorno Laboral

**Fecha de creación**

2017/08/14