

## NUEVOS ESPACIOS DE SOCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES

Por Mariela Borello

Instituto del Desarrollo Humano - Universidad Nacional de General Sarmiento

### RESUMEN

La investigación que se sintetiza en el artículo pretende explorar los actuales contenidos y formatos que los procesos de socialización estarían adoptando frente a los cambios operados en las formas de la experiencia social, así como reflexionar acerca de los nuevos desafíos que ello implica para los agentes socializadores típicos: padres y docentes, y los ámbitos de intervención psicopedagógica. Para ello el estudio pretendió un trabajo de exploración y posterior análisis de un juego propuesto a los niños por el mercado, (*Trading Card Game* o *Juego De Cartas Intercambiables*) el cual forma parte de complejos circuitos de consumo, que van desde series animadas de televisión, páginas de Internet hasta juegos de computadoras. Dicho juego es practicado, en particular, por grupos de niños y jóvenes varones de sectores medios urbanos. En el proyecto se lo considera paradigmático, en tanto por sus características inéditas, comparadas con los juegos de cartas conocidos al momento, implica una ruptura con formas lúdicas tradicionales. Entre dichas características podrían destacarse: 1. Su inclusión dentro de estrategias de mercado globales y complejas; 2. El inusitado protagonismo del niño o joven en la conformación del mazo de juego; 3. La relación entre éxito -ganar el juego- y consumo; 4. La disposición, por parte del mercado, de lugares de enseñanza para poder jugar dada la complejidad del juego; 5. La particular definición de la regla y la trasgresión, al interior del juego; 6. El desarrollo de actividades paralelas tendientes a la obtención de las cartas necesarias que revisten para el jugador tanta importancia como el desarrollo del juego en sí.

**Palabras clave:** Infancia - Sectores medio y medio altos - Socialización - Consumo - Juego

### ABSTRACT

This research focuses on the current frameworks of socialization in common life context, in view of the social experience changes. Moreover, this research gives some contribution in order to reflect on the psychopedagogical interventions and the educator agents challenge's. Consequently, it explores and analyses a card game named "*Trading Card Game*", which is included in complex circuit of consumption such as: TV animation, Internet front page and computer games. In particular, urban boys and male teenagers play it. In this project the game is considered paradigmatic because its unknown characteristics in comparison with other games. Therefore it shows a turning point in the traditional games. It can be pointed out some characteristics of the *Trading Card* such as: 1. It is included into global market strategies; 2. Children and teenager build their deck with and unknown participation; 3. The relation between: success -win the game- and consumption; 4. There are available places to learn the games, which are supported by the market; 5. There are special definitions of rules and transgressions; 6. Additional activities to obtain the card are needed in equivalent measure than abilities to play the game.

**Key words:** Childhood - High and middle social class - Socialization - Consumption - Game

Recibido: 27/05/05

Evaluado: 07/11/05

## 1. EL JUEGO DE CARTAS INTERCAMBIABLES COMO CASO PARADIGMÁTICO

En la bibliografía sobre el tema son frecuentes las referencias a la existencia de nuevas formas de la experiencia social. Consecuentemente y en lo que a la población infantil se refiere, el contexto actual es caracterizado a partir de una redefinición del sentido político, económico y social de la misma bajo el impacto de las políticas neoliberales. Dentro de dicha redefinición cabría destacar la incidencia creciente del mercado y de los medios masivos de comunicación en la vida cotidiana infantil, así como la socialización en el consumo. (Carli Sandra et al.1999:13) Según Lezcano los procesos por los cuales se transmiten, de generación en generación, valores, actitudes, normas, costumbres, hábitos, tradiciones y cultura, varían. Es decir, el proceso socializador adopta formatos sociales diferenciados que se corresponden con situaciones, circunstancias y contextos específicos (Lezcano1999: 41) Así como se habla de un sujeto infantil estallado<sup>1</sup>, proponemos hablar de que han estallado los dispositivos de socialización: los hay diversos, de muchas y variadas apariencias, a gusto y medida del consumidor.

En este sentido también pueden identificarse diversos agentes socializadores que cobran preeminencia renovada y entran en relación unos con otros. Entre ellos y junto a las clásicas instituciones familiares y escolares encontramos otros agentes como los medios de comunicación social -televisión especialmente- y otros instrumentos como libros y juguetes. Todos ellos tienen una importancia decisiva en el proceso de socialización del niño. (López F. 1996: 100)

La investigación realizada durante los años 2004-2006<sup>2</sup> permitió constatar en un ámbito de la práctica social concreta las modificaciones producidas en las condiciones de existencia de un sector de la población infantil.

En el estudio se tomó el juego de cartas coleccionables e intercambiables o trading cards game (en adelante TCG)<sup>3</sup> como representativo de dichas transformaciones sociales operadas en el último tiempo dado que el mismo forma parte de complejos circuitos de consumo y presenta características inéditas comparadas con los juegos de cartas conocidos al momento. En base a lo anterior las TCG fueron consideradas en el proyecto como un juego paradigmático. Dichas características inéditas habían sido identificadas en los primeros contactos con el fenómeno en el momento de la elaboración del diseño de investigación, y posteriormente se fueron consolidando en virtud del trabajo de exploración realizado durante la etapa investigativa. Pueden sintetizarse como: La inclusión del juego en estrategias de mercado globales y complejas, el inusitado protagonismo del niño o joven en la conformación del mazo con el que se juega, la relación entre éxito -ganar el juego- y consumo, la disposición, por parte del mercado, de lugares de enseñanza para poder jugar dada la complejidad del juego, la particular definición de la regla y la trasgresión, al interior del juego, el desarrollo de actividades paralelas que revisten para el jugador tanta importancia como el juego en sí mismo.

El propósito de la investigación mencionada se vincula con la realización de aportes para repensar los roles destinados a la socialización primaria y secundaria como así también favorecer la reflexión respecto de las intervenciones institucionales-escolares, cuestiones que se retomarán sobre el final.

---

<sup>1</sup> Informes recientes plantean frente a la diversidad de problemas emergentes en educación un estallido del sujeto de la pedagogía moderna. CTERA, instituto de Investigaciones Marina Viltre. Primer informe del proyecto diagnóstico permanente sobre la situación educativa argentina. 1996.

<sup>2</sup> Se trata de un estudio cualitativo denominado “Análisis De Las Actuales Formas De Subjetivación Y Socialización De La Infancia. El Caso De Un Juego De Cartas.” Desarrollado durante el 2004 y 2006 en el Instituto del Desarrollo Humano” de la Universidad Nacional de General Sarmiento.

<sup>3</sup> La investigación desarrollada tomó las versiones comerciales más importantes de cartas intercambiables que se encuentran en el mercado: Magic, Pokémon y Mitos y Leyendas.

## Caracterización del juego

### a. Origen

Uno de los antecedentes de las TCG puede situarse el juego de cartas coleccionables surgido en EEUU en la década del 40-50. Eran fotos de jugadores de beisball y de basket ball y consistía básicamente en un juego de colección, como las conocidas figuritas.

A partir de 1992-1993 con el juego de cartas Magic<sup>4</sup>, se introduce una modificación sustancial al juego de cartas intercambiables original. Surge el primer juego de cartas organizado donde las cartas además de la figura poseen un valor y una función dentro del juego. Dicho valor no es fijo ya que el mismo juego permite poner en relación unas cartas con otras pudiendo así variar el valor original de la carta. El poder de la carta, además de asignarle un valor dentro del juego, otorga valores económicos diferenciados.

La peculiaridad de las TCG respecto de los juegos de naipes tradicionales reside en que los jugadores, en lugar de jugar con un mazo compartido, poseen cada uno un mazo personalizado y construido por ellos mismos en base a una oferta ilimitada de cartas que hay disponibles en el mercado.

Los jugadores permanecen largos períodos de tiempo en la práctica del juego- uno, dos años y más- y desempeñan diferentes tareas en un tiempo y espacio de preparación previo al momento del juego mismo: a lo largo de los años quienes se dedican a esta práctica actualizan su mazo a partir de las *extensiones* que son las cartas nuevas que salen anualmente (cada extensión implica aproximadamente entre 400 y 150 cartas nuevas y salen alrededor de tres al año). Ello hace que el volumen y la variedad de cartas de que dispone el jugador sea realmente muy elevado.

Luego de Magic aparecen otros juegos de TCG que mantienen la misma estructura aunque varían el nivel de complejidad.

Con Pokémon, que aparece en Argentina aproximadamente por el año 1999, estos juegos comienzan a cobrar popularidad entre los niños desde los cinco años aproximadamente.

Otros juegos de igual estructura son Mitos y Leyendas y Yu-gi-oh! Se observa que en general los niños y jóvenes circulan por estas diferentes variedades de TCG.

### b. Objetivos del juego

En todos los juegos de TCG estudiados existe un contexto simbólico que ofrece una trama narrativa en la que se inserta el juego de cartas.

En Magic el jugador es un mago o hechicero. La historia cuenta una guerra entre un mundo sombrío y el resto del mundo, que posee referencias intertextuales a la historia de “El Señor de los Anillos”. Las cartas representan los recursos que se tienen para poder armar ejércitos para esas batallas. En Pokémon el jugador representa a un entrenador de Pokémon, quien tiene la misión de capturar, entrenar y luchar con los Pokémon. Se le augura al jugador un proceso de perfeccionamiento de habilidades en su carrera de maestro Pokémon y se lo remite al juego de play station o a la serie televisiva para comprender mejor las ideas y objetivos básicos del juego. En el caso de Yu-gi-oh el jugador debe jugar partidas de cartas como en la serie, cuya trama presenta una complejidad argumental considerable que se vio reflejada en las entrevistas cuando los chicos intentaban contarla. En Mitos y Leyendas cada jugador representa a un reino y debe defender su Castillo del ataque de reinos adversarios. El Castillo está representado por el mazo de cartas. El juego consiste en proteger el castillo y atacar el del oponente utilizando para ello cartas que representan diversos aliados y poderosos hechizos.

En todos los juegos se libran batallas o duelos en los que el jugador ataca y se defiende. Para ello utiliza las habilidades que figuran en las cartas. Hay cartas que atacan o defienden directamente

---

<sup>4</sup> Magic fue creado por Richard Garfield, un profesor universitario en Los EEUU. A la Argentina el juego llega aproximadamente en el año 1996. Se pueden encontrar más datos en diferentes sitios de Internet como Wikipedia, The Magic Tutor entre otras.

pero la mayoría de ellas requieren de otras para ser bajadas -cartas energía, oros o maná depende de la colección- para efectuar los ataques que figuran en la misma, o para modificar la resistencia y el daño.

Los ataques o las habilidades de una carta pueden ser perfeccionadas en versiones de la misma carta que sale en ediciones futuras o asociando cartas que mejoran o equipan a las que ya se tienen. Las cartas indican con valores la cantidad de resistencia que ofrecen a los ataques y la cantidad de daño que infligen. Sin embargo estos valores se modifican según las cartas que el jugador pueda asociar a éstas.

En Magic y en Yu-gi-oh no sólo se gana por vencer la defensa del contrincante representada por sus cartas, sino también por dejar al oponente sin sus puntos de vida iniciales - semejante a las vidas que se pierden en los juegos de computadora y de play station-

### ***c. Torneos y lugares de juegos***

Las TCG suelen practicarse en clubes de juego que funcionan directamente en los locales de comics. En estos se comercializan las cartas, se aprende y se juegan torneos. Allí los torneos, organizados por lo general por los comerciantes, pueden o no ser oficiales.

La oficialización constituye un procedimiento simple de carga de datos de los jugadores en la computadora del local, que son elevados a las páginas web de la empresa a la que pertenece el juego (Wizards of the coast, Nintendo, Konami o Salo según las colecciones). Con una cantidad de ocho jugadores se realiza un torneo oficial. Los jugadores van acumulando puntos que son cargados por los comerciantes, en la base de datos de la página de la empresa de cada juego y se confeccionan así rankings que son regionales o hasta internacionales.

Los torneos oficiales se organizan por zona. Los mejores en el ranking pueden participar del Nacional y los ganadores de éste tienen como premio viaje y estadía pagos al país en el que se organice el Mundial. (En el caso de Pokémon además se otorga un premio de mil dólares en concepto de beca escolar).

Los torneos oficiales presentan una serie de exigencias en cuanto al tipo de cartas que habilitan a jugar: se juega sólo con las originales y existen diferentes formatos de torneos que van acotando el universo de cartas del que pueden construirse los mazos. El formato más frecuente es aquel que permite jugar sólo con las ediciones de cartas más recientes.

Si el torneo es no oficial, los jugadores pagan un monto de inscripción y otro tanto por “los premios”, al final del torneo el comerciante les da lo recaudado en sobres de cartas que se reparten por lo general entre los tres primeros puestos.

Muy frecuentemente y en especial en el caso de los jugadores de menor edad, la casa, el patio o la biblioteca de la escuela son lugares de juego. Los chicos suelen organizar torneos como los que se juegan en los locales, o simplemente juegan duelos.

### ***d. Reglamento de juego***

Existe un reglamento general compuesto por un conjunto de reglas también muy generales en las que se explica con qué cantidad de cartas se puede armar el mazo, los turnos de juego y las fases en que estos se dividen, junto con la explicación de los diferentes tipos de acciones que se pueden realizar en ellas. Todos los reglamentos versan tres advertencias: a) No leerlo antes de haber jugado el juego con alguien; b) Se desaconseja su lectura completa, ya que en ella figuran la descripciones de un universo de cartas - o sea de reglas especiales- que no necesariamente es la que dispone el jugador; c) Toda vez que la regla particular enunciada en el texto de una carta contradiga las reglas generales tiene prioridad la carta.

Aunque circulan algunas versiones en castellano la mayoría de los reglamentos están escritos en inglés al igual que las cartas

Fuera de este marco general los reglamentos van cambiando, dado que las cartas nuevas que salen constituyen en sí mismas nuevas reglas que hay que explicar. Así uno puede leer en dichos reglamentos parciales el número de versión. Por lo general estos reglamentos acompañan los mazos pre-construidos, y contienen las reglas generales más la explicación de las reglas específicas que se ponen en juego con las nuevas cartas que en él se incluyen.

## **2. ACERCAMIENTO A UN SEGMENTO DE LA INFANCIA Y JUVENTUD DE LOS SECTORES MEDIOS URBANOS**

El estudio de las TCG permitió visibilizar a un determinado sector de la población infantil y de jóvenes. El perfil de dicha población pudo construirse a posteriori de la investigación, a partir de determinados rasgos y características que iban apareciendo con recurrencia, las cuales podemos sintetizar como: varones de sectores medios urbanos.

Por un lado el costo económico de las cartas circunscribe la práctica del juego a los sectores medios. En el caso de los entrevistados esto se vio apoyado por el perfil ocupacional de los padres (profesionales en todos los casos salvo en uno); por las zonas de residencia y por el tipo de escuelas a las que asisten -si bien los entrevistados residentes en Ciudad de Buenos Aires, en general, manifestaron concurrir a escuelas públicas, las mismas estaban ubicadas en barrios céntricos o atendían a población de sectores medios- Por otro lado la investigación permitió evidenciar que se trata de un juego que se localiza en zonas urbanas. Durante el período que abarcó el estudio, el carácter urbano del fenómeno se fue revelando con más fuerza. Ya sobre el final se pudo constatar en las revistas especializadas de TCG la aparición de publicidades de locales de venta y juego no sólo de la ciudad e Buenos Aires y centros del conurbano bonaerense, sino también importantes centros urbanos del interior del país e importantes centros turísticos del interior de la provincia de Buenos Aires.

Por último se reveló con insistencia la cuestión de género: Las TCG son practicadas casi en exclusividad por varones. El juego parece propiciar la identificación de los chicos con rasgos instituidos como masculinos y que las TCG ofrecen: monstruos, guerra, exhibición de fuerza y potencia, competitividad, las matemáticas y el pensar, y también lo infantil.

## **3. HACER LA EXPERIENCIA**

Una de las primeras cuestiones que apareció durante el relevamiento primario en las entrevistas con los jugadores fue que, independientemente de la edad, a todos les resultaba muy difícil explicar el juego y a quien investigaba igualmente difícil hacerse una idea del mismo. Así el juego se fue revelando cada vez con más fuerza como “una experiencia” por la que había que pasar. Era necesario jugarlo, vivirlo para poder entender qué era, de qué se trataba. Previo a la experiencia parecía no haber representación útil.

Al analizar las trayectorias de los diferentes entrevistados se vio que éstas respondían a un ritmo compuesto por distintos momentos: a)La iniciación; b)El aprendizaje; c) Nativización en el juego; d)Fanatismo, obsesión y enajenación en el juego o cuando el juego se malogra; e)Aburrimiento, desaliento o desánimo; f)Recuperación de la conciencia propia con toma de decisión.

Así las TCG fueron apareciendo a lo largo de la investigación como mucho más que jugar a las cartas.

Los chicos suelen iniciarse en el juego entre los seis y los diez años. El juego es visto por ellos como totalmente nuevo, sin comparación a lo ya conocido. La extranjería del juego es compensada

por el interés estético que despiertan las imágenes de las cartas y la vinculación del juego con otros productos comerciales. La entrada al juego siempre apareció mediatizada por algún par.

De las dos primeras etapas nos interesa distinguir aquí sólo la posición de los jugadores manifestada en las enunciaciones. Los relatos de los entrevistados referidos a estos momentos evidencian fuertemente la *autoafirmación personal*: se trata de un sujeto activo que elige, decide, busca estrategias para hacer posible su deseo de jugar. Son tiempos marcados por el protagonismo, el entusiasmo y la diversión.

La etapa siguiente -nativización- se trata de un afianzamiento en el juego, acompañado por el sentimiento de pertenencia a una comunidad lúdica. Los chicos son expertos en el juego, lo juegan con una frecuencia regular y se ven ocupados y preocupados por la actualización de su mazo en base a las cartas nuevas, o a las que necesitan según las características que le han dado al mismo. La práctica del canje o compra venta de sueltas aparece como una actividad paralela que demanda no sólo más tiempo que el juego en sí, sino también la vivencia de un conjunto de experiencias propias de este espacio y actividad que aparecen naturalizadas como un “pagar derecho de piso”<sup>5</sup> del que nadie se salva.

Respecto del momento que se ha definido como fanatismo, obsesión y enajenación en el juego, aparece en todas las entrevistas mediante reflexiones de experiencias personales o referidas a trayectorias de otros.

Según Perrenoud (1990) todo grupo social engendra normas de excelencia y desde el momento en que los sujetos realizan una práctica, el grado de dominio que se tiene sobre esa práctica aporta a los sujetos prestigio, poder y provecho material o simbólico:

“...los actores sociales que se entregan a semejantes actividades se empeñan por tanto, en una competición, más o menos abierta, para conseguir la excelencia (...) Quien supere a los demás, será considerado en un círculo restringido o en una comunidad amplia el mejor, el más inteligente, el más culto, el más hábil, el de más inventiva o el más cualificado” (Perrenoud 1990:14)

En este sentido el juego se ofrece como un sistema de expectativas en las que el jugador se proyecta a futuro. No solo quienes participan en torneos oficiales - algunos torneos de los que se realizan en los locales- también quienes lo juegan en la escuela o en la casa reproducen la estructura de competencias, méritos y jerarquías de ranking que permiten plasmar la excelencia.

Las entrevistas evidencian dos momentos muy bien delimitados. En esta serie de etapas que constituyen “hacer la experiencia” algo marca un clivaje.

Verbalizado en ocasiones por un *después* se puede identificar un primer momento en el que aún se reconoce lo netamente lúdico, un interés despreocupado, en suma el placer de jugar.

El *después* representa un tránsito del que no se tiene clara conciencia. Ocurre casi sin participación de la voluntad propia. En ese *después* el juego se arruina, se malogra, para permitir el logro de un otro: “La compañía” o “La empresa”.

El trabajo de investigación permitió observar que el juego no implicaba una simple relación entre un sujeto -el niño o joven jugador- y un objeto -el juego-

Tanto los relatos de los entrevistados como las observaciones fueron mostrando la naturaleza aparentemente interactiva de éste último. Así el juego se iba revelando como un *objeto vital*. El juego tiene vida propia: se transforma, evoluciona, cambia, en definitiva, fluye constantemente.

Sin embargo la profundización en el estudio de esta práctica lúdica permitió producir nuevas diferenciaciones: el carácter activo del juego responde a un nuevo actor que los entrevistados traen a

---

<sup>5</sup> Los entrevistados refieren haber sido estafados o engañados al menos una vez, y recíprocamente, haberse visto en el dilema de estafar o engañar. Cuestión esta última que se resuelve de manera diferencial para cada caso.

la escena: “La compañía” está en el trasfondo *haciendo su juego* el cual aparece vinculado al interés comercial que le reporta la diversificación del producto.

En los diferentes juegos de TCG estudiados el niño o joven posee un protagonismo inusitado en la conformación del mazo de juego. Si bien pueden adquirir mazos preconstruidos en el mercado, la dinámica del juego propicia la adquisición de las cartas nuevas que salen por año -extensiones- para la conformación de mazos personalizados. Los entrevistados los definen como juegos que evolucionan, que no tienen límites y que por ello para poder jugarlos hay que estar *actualizado*. Dicha actualización pasa fundamentalmente por la adquisición de cartas nuevas. La necesidad de estar actualizado es vital en estos juegos, ya que la construcción de un *buen mazo* es reconocida por los entrevistados como una de las condiciones fundamentales para ganar. La lógica del juego hace que *las cartas dependen unas de otras* para poder ser *activadas, mejoradas o evolucionadas*. La probabilidad de que vengan *rápido* las cartas que se necesitan puede ser controlada desde la conformación previa del mazo. A su vez en virtud de las extensiones lanzadas al mercado, cada carta nueva instauro, por combinación con las anteriores, nuevas posibilidades de activación, evolución, búsqueda en el mazo, contrarrestar ataques, anular efectos del contrincante, etc. Las posibilidades de combinación, por otra parte, son muy restringidas. Existen relaciones inclusivas entre los diferentes tipos y clases de cartas que muy frecuentemente están atravesadas por excepciones y particularidades, que hacen de muchas cartas únicas en su especie.

En síntesis la propia dinámica del juego, caracterizada básicamente por la apertura y la reconstrucción permanente manipulada desde los diseños de “La Compañía” lleva en muchas ocasiones a que los jugadores se vean compelidos y concentrados durante tiempos que parecen no manejar del todo concientemente.

### **Aburrimiento, desaliento, desánimo**

Las trayectorias de los entrevistados evidencian cómo la necesidad de actualizarse constantemente y que en un principio constituye la principal motivación para entrar al juego resulta en malestar, el cual es referido por ellos como “aburrimiento”.

El aburrimiento o desgaste está relacionado con la *velocidad de caducidad* de las cartas que hace que el juego se vuelva *insoportable* tanto económica como anímicamente.

El cambio es al mismo tiempo lo que motiva a jugar por la variedad que asegura y razón de abandono y aburrimiento, donde éste último, en el discurso de los entrevistados, remite a una *abulia* producto del *desánimo* y del *desapego* que implica el cambio constante.

El juego desde su formato y necesidad de actualización constante, interpela desde el lugar de la exigencia y la exclusividad tanto en la atención que se le presta, el tiempo que se le dedica y el dinero que se invierte. El juego impone, se vuelve un actor pero la matriz no es interactiva: el juego pide, exige, manda. Se trata de una relación amo. No hay interacción mutua, hay diferencia de poder, tal vez la diferencia y sus consecuencias estén dadas porque uno de los actores es una empresa y del otro lado de la partida están los niños y jóvenes.

A través de páginas de Internet los comerciantes de los locales y los chicos se enteran de los formatos de los torneos y de prohibición de cartas. La compañía pone las reglas y las modifica, decide con qué cartas se puede jugar y cuáles ya no están permitidas. Además la aparición de nuevas extensiones de por sí “desbalancea” los mazos logrados, que ahora deben actualizarse para no perder competitividad.

Como se ve en las entrevistas, el juego pide exclusividad, restringe tiempo para otros intereses. En las trayectorias se ve claramente cómo el interés por el juego empieza competir con otros intereses y consumos. Dado el costo económico del juego, el mismo obliga a restringir o descartar directamente otros intereses y consumos culturales. Lo mismo puede plantearse respecto del tiempo.

El juego demanda mucho tiempo de dedicación, casi con exclusividad con lo cual se dejan de hacer otras cosas que también gustan o se reduce el tiempo destinado a ellas.

Se observa cómo el juego va perdiendo su carácter lúdico y se vuelve en definitiva parecido a un trabajo, con altas exigencias respecto del encuadre temporo-espacial y de recursos.

Frente a las dificultades del juego oficial que implica la actualización constante -para jugar en los torneos oficiales es necesario ajustarse a los formatos que delimitan con qué cartas es y no es posible ya jugar- una alternativa viable es no renovarse y jugar con lo que se tiene. Dicha alternativa descubre al jugador el carácter estereotipado del juego: al circunscribir el universo de cartas se acotan las situaciones que pueden darse entre jugadores que juegan siempre con los mismos mazos: el juego se vuelve entonces aburrido porque es prácticamente previsible.

Muchos de los entrevistados refieren cómo el juego se vuelve aburrido cuando los mazos no se renuevan, entonces los que ganan y los que pierden son siempre los mismos. En especial para los jugadores de mayor edad, aún cuando ganen siempre, el juego empieza a perder interés ya que no implica desafío alguno.

El juego está diseñado para la renovación constante de cartas. Salen los mazos o bloques y dentro de estos por año salen tres expansiones. La primera de las expansiones puede tener hasta 400 cartas y las otras, poco menos. En el caso de Mitos y Leyendas, cuyos valores económicos son menores, salen expansiones cada tres meses. En las entrevistas realizadas a chicos jugadores de Mitos y Leyendas los mismos argumentaban la elección de la colección por el costo más económico de las cartas. Pero paradójicamente quienes hacen esta opción se ven obligados a modificar el mazo con mayor frecuencia.

#### 4. SUBJETIVIDAD MERCANTIL Y SOCIALIZACIÓN EN LAS TCG

La trayectoria en el juego identificada en el estudio nos llevó a la conclusión, expresada incluso por los entrevistados, de que jugar a las TCG tiene consecuencias para la experiencia vital de los sujetos.

Vimos cómo en las etapas del “hacer la experiencia”, ocurre un tránsito que va desde la autoafirmación personal que permite constatar la existencia de un sujeto protagónico, que desea, determina, decide, elige, y toma decisiones a parte entera, a una alienación en el juego relacionada con la participación de un actor que no juega precisamente sino que *hace su juego*: el mercado. Y ello no es sin consecuencias para “el campo identitario de la subjetividad.” (Grupo Doce 2001: 18-20)

Flexibilidad y reinención, pasan de ser las características de un juego que estimula la creatividad personal a requisitos para estar en la partida, en la medida en que las mismas dejan de constituir las bases de un recorrido subjetivo, propio y se convierten en “operaciones pautadas por la dinámica del mercado”. Flexibilidad y reinención pasan a ser las coordenadas de producción de otro tipo de subjetividad: la “subjetividad mercantil”<sup>6</sup> El Grupo Doce desarrolla con precisión lo que a través del estudio pudo ser observado: Flexibilidad y reinención son las operaciones propias de la lógica mercantil, de la existencia mercantil a condición de que estén pautadas por la dinámica del mercado. (Grupo Doce 2001: 18-20)

Los efectos sobre la subjetividad contemporánea son sintetizados en lo que los autores dan en llamar “destitución identitaria permanente”. Por eso el aburrimiento o cansancio que expresan los chicos que juegan a TCG no se parece en nada al aburrimiento en la subjetividad estatal. Es un aburrimiento que implica “desligadura” y “desarticulación” y que es producto de “los efectos no

---

<sup>6</sup> “La subjetividad mercantil intenta adaptarse a unas condiciones que varían permanentemente, pero ese intento, que necesita de la creación de unas operaciones específicas (reinención y flexibilidad), tiene consecuencias subjetivas.” Grupo Doce. Del Fragmento a la situación. Notas sobre la subjetividad contemporánea. Bs. As.: Gráfica México, 2001. Pág. 17

calculados de la adaptación a un medio siempre cambiante”. Así el desgarró<sup>7</sup> aparece como la marca de la subjetividad contemporánea. (Grupo Doce 2001:18)

Las entrevistas realizadas a los jugadores de las distintas colecciones de TCG y a los comerciantes relatan la velocidad de caducidad de las cartas y cómo la reinención debe hacerse a ritmos impuestos por fuera de los jugadores es decir por el mercado. Dichas entrevistas también hacen referencia a las consecuencias de estar inmersos en una lógica de “caducidad sin experiencia” (Grupo Doce 2001: 19) La misma se refiere a que

“la temporalidad de la reinención es un “cada vez” que prospera al ritmo de los estímulos del mercado. La dominancia de este “cada vez” produce un tipo de efecto que, a falta de mejor nombre, podríamos llamar caducidad sin experiencia. ¿Qué significa esto? Significa que el abandono de un recurso por parte de un agente mercantil, no resulta de una operación que hace la experiencia y agota, en su productividad, ese recurso. Por el contrario se trata de un mecanismo de adaptación a unos estímulos variables. Estos estímulos ciegos a la experimentación impiden -en nombre de la sustitución innovadora- cualquier posibilidad de indagación. ¿Por qué? Porque bloquean la retención de ese término a indagar. Sin posibilidad de retención, no hay posibilidad de apropiación y agotamiento. Entonces la variación exigida por el mercado marca la caducidad inmediata de las cosas, las personas, las ideas. De esta manera la innovación queda reducida a un imperativo neoliberal. Esto es, a una sustitución sin experiencia, a una caducidad sin apropiación”. (Grupo Doce 2001:19)

La participación por parte de un sector de la población infantil y de jóvenes en el juego de las TCG puede aportarles en términos de “hacer la experiencia en la lógica mercantil neoliberal”. (Grupo Doce 2001: 18)

Sin embargo el *estar* y el *habitar*<sup>8</sup> las situaciones de juego suponen operaciones de pensamiento contrapuestas. Desde la condición de *habitante* la reinención, en virtud de producir suspensiones a las operatorias del mercado, puede constituir una decisión subjetiva y en tanto tal se convierte en herramienta disponible para un recorrido subjetivo no determinado por las demandas cambiantes del mercado.(Grupo Doce 2001: 19-20)

Las entrevistas muestran que *existen habitantes* y en algunos casos logran modificar a tal punto el juego que el mismo se convierte en dispositivo que permite “desacelerar la velocidad del mercado y albergar otra temporalidad”. (Grupo Doce 2001: 20)

El terreno sobre el que opera el *estar* y el *habitar* es el mismo pero las estrategias de relación con dicho terreno son totalmente contrapuestas en tanto “el estar, como estrategia de reinención continua, permanece sometido a la operatoria del mercado. Mientras que el *habitar*... determina un espacio y un tiempo en autonomía respecto del mercado” (Grupo Doce 2001: 20).

---

<sup>7</sup> “desgarro es el término que designa una serie de marcas constitutivas de la subjetividad actual. A saber: destitución de consistencias y desligaduras de anudamientos simbólicos. En definitiva, desvanecimiento de la máquina de pensar disponible.” Grupo Doce. Ob. Cit. Pág. 17.

<sup>8</sup> “Que la reinención sea un modo de transitar las condiciones actuales no significa que sea el único. Por el contrario significa que es el modo ofrecido por la dinámica dominante...un estar no sometido a la temporalidad del mercado implica otro modo de subjetividad. Antes que estar podemos llamar *habitar* a la práctica de determinación subjetiva de un campo de autonomía respecto de las formas dominantes. Se trata de la subjetividad en el envés, de la subjetividad instituida.” Grupo Doce. Ob. Cit. Pág. 19.

## 5. CONCLUSIONES. ESCUELAS: UN LUGAR POSIBLE PARA EL ENVÉS DE LA SUBJETIVIDAD INSTITUCIONAL

Al mirar las escuelas vemos en ellas trazos que provienen de otros territorios. Algunos de estos trazos son los espectros de las premisas fundantes de la modernidad (Pineau 1999), que le confirieron a la escuela su razón de ser y su sentido, no sin conflictos y contradicciones: formar el ciudadano que el nuevo orden necesitaba y el trabajador requerido por la sociedad capitalista industrial. Pero la modernidad tardía también tiene sus propias premisas. La investigación llevada adelante permitió visibilizar, que las claves de las mismas esperan para ser leídas en los sujetos y las prácticas actuales.

La formación del consumidor no requiere precisamente de un sujeto autocentrado, único y activo respecto de un mundo externo pasivo. Más bien pareciera todo lo contrario: necesita subjetividades volcadas hacia la exterioridad, donde el medio ha dejado de ser pasivo para convertirse en interactivo (Corea y Lewkowicz 2004) y en ocasiones, como se vio en el estudio mencionado, en un terreno más allá de la interactividad. Tampoco la relación temporal, es ya la misma: la utopía del mercado paradójicamente parece haber destruido *la utopía* y la proyección hacia el futuro.

Sin embargo la escuela aún existe, tal vez sea cuestión de aprovechar el vacío de sentido dejado por el quiebre de las premisas que sentaron sus orígenes, construyendo sentidos más locales, situacionales, y más necesarios para los sujetos que las habitan.

Si las operaciones de producción de subjetividad no se llevan a cabo hoy necesariamente en instituciones de encierro, ello permite desnaturalizarlas como lugares privilegiados de socialización y subjetivación y comenzar a considerar otros espacios, más difusos, como de gran interés para comprender las operaciones subjetivantes en la actualidad. Lo anterior, en un contexto de desmoronamiento institucional, implica como correlato consecuencias nodales para la escuela. La consistencia de las escuelas se halla trastocada. Y la naturaleza de las prácticas, los conflictos y malestares que en ellas ocurren merecen ser mirados desde una nueva óptica.

Dada la situación en que queda la escuela a partir de la caída de las premisas modernas, desde el estudio mencionado se vio importante intentar revelar cómo y a partir de qué situaciones y dispositivos concretos se produce otro tipo de subjetividad.

Aún queda un objetivo pendiente: repensar desde allí los modos de habitar los dispositivos clásicos como las escuelas, en especial porque éstos interpelan, en su operatoria, desde la concepción clásica del hombre moderno.

Tal vez la escuela tenga que resolver su nostalgia por las premisas que ya no son para descubrir cuáles son las premisas actuales, no tanto para adherir a ellas, sino más bien para cuestionarlas, quizá como no pudo hacer con las premisas de la modernidad.

Probablemente la reinención de la escuela bajo la interpretación de los nuevos desafíos que se le presentan en su tarea socializadora será decisiva. Los recursos simbólicos necesarios para hacer frente a las operatorias de destitución identitaria necesitan ser contruidos para que, como profesan algunos autores, reinención y flexibilidad puedan tener otro destino.

## BIBLIOGRAFÍA

Carli, Sandra (comp.) *De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad*. Buenos Aires: Santillana, 1999

Corea, Cristina y Lewkowicz, Ignacio. *Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas, familias perplejas*. Buenos Aires: Paidós, 2004.

Grupo Doce. *Del Fragmento a la situación. Notas sobre la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Gráfica México, 2001

Lezcano Alicia. "Las miradas sociológicas sobre los procesos de socialización." En Carli, Sandra (comp.) *De la familia la escuela. Infancia, socialización y subjetividad*. Buenos Aires: Santillana, 1999

Lewkowicz Ignacio. *Pensar sin estado. La subjetividad en la era de la fluidez*. Buenos Aires: Paidós, 2004.

López Félix. "Desarrollo social y de la personalidad." En Palacios, Marchesi y Coll (comp.) *Desarrollo psicológico y educación, I. Psicología Evolutiva*. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

Perrenoud, Ph. *La construcción del éxito y del fracaso escolar*. Madrid: Morata, 1990.

Pineau Pablo. "Premisas básicas de la escolarización como construcción moderna que construyó a la modernidad" en *Revista de Estudios del Currículum*, (Versión española del *Journal of Curriculum Studies*), Volumen 2, N° 1. Barcelona: Ediciones Pomares-Corredor, 1999.