



Universidad de  
**San Andrés**

UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS  
ESCUELA DE EDUCACIÓN  
MAESTRIA EN EDUCACIÓN

Tesis de Maestría

Dinámicas del yo y cultura emprendedora en las escuelas: Un análisis  
de los Clubes TED-Ed en la Argentina

Martín Rajnerman

Directora: Patricia Ferrante

Buenos Aires, Febrero 2022

A Guidi, D4n4, Gasti, Dani, Ari, Milva, Quillen, Pato, Facu, León, Diego, Paula, Coti,  
Camilo, Daniela, Pepo, Rosa, Flor, Abril, Gastón y Estanislao.

Al Mate Cosido, a Lidia, Dani, Migue, Mario y Marcelo.

A Sonia, Sofi y Lele.

Al recuerdo de Marcelo.



Universidad de  
**San Andrés**

## Resumen:

El emprendedurismo aparece como una tendencia privatizadora de y en el campo educativo que ha ganado terreno en los últimos años a partir de una serie de políticas, programas y pedagogías que definen la importancia de concebir los problemas educativos con también como problemas para la formación de perfiles emprendedores. El trabajo indaga sobre una serie de saberes, tecnologías y prácticas que se encuentran involucradas en el proceso de autotransformación que propone Clubes TED-Ed, que apelan al autoemprendedor, el gobierno de sí y a la construcción de un tipo de afectividad, bajo la idea de dotar de un “nuevo encanto” a la escuela y las nociones de creatividad y comunicación. Nos proponemos observar de qué modo este dispositivo apela a otros sistemas de expertos, que incluyen el coaching, el marketing, el diseño de experiencias educativas, y figuras de las redes sociales y la gestión empresarial para convertirse en uno de los programas de iniciativa privada con mayor crecimiento dentro de las escuelas secundarias del país en los últimos cinco años. El trabajo se propone revisar los documentos que constituyen el programa, rastrear los vínculos con otras iniciativas de emprendedurismo en la educación secundaria y estudiar la concepción de escuela que porta el dispositivo. Se pretende, de este modo, realizar un aporte a los estudios del emprendedurismo en la escuela.



Universidad de  
**San Andrés**

## ÍNDICE

### CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN	7
Presentación	7
Estructura de la tesis	11

### CAPÍTULO 2

PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y ABORDAJE METODOLÓGICO	13
Perspectivas teóricas para abordar el dispositivo TED-Ed en la Argentina: condiciones globales y locales	13
Abordaje metodológico: pistas para un análisis de los clubes TED-ED como dispositivos de gobierno del yo y emergentes de la cultura emprendedora en la escuela	25

### CAPÍTULO 3

LA HISTORIA DE TED	27
Una mirada genealógica	27
El Nacimiento de TED y el rol de Richard Saul Wurman	30
El mandato de Chris Anderson	37
El método TED	41

### CAPÍTULO 4

TED Y LA EDUCACIÓN	51
TED en las escuelas	51
Los Clubes TED-Ed Argentina	55
La Fundamentación pedagógica	62
El “nuevo encanto” de la educación: la creatividad y la comunicación en una institución que “no se parezca a la escuela”	65

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

76

BIBLIOGRAFÍA

79



Universidad de  
**San Andrés**

## ÍNDICE DE FIGURAS

Imágen 1: Los tres libros que arman la biblia para dar una charla TED	42
Imágen 2: Los 4 pilares que definen el modelo Flipped Learning	54
Imágen 3: Estudio de impacto de los Clubes TED- ed en la Argentina	58
Imágen 4: Sponsors de la iniciativa TED-Ed	60



No.

*Yo no fui el arquitecto de mi propio destino, ni el musicalizador, ni el director de fotografía, ni la cortadora de negativos, ni el maquillador. Yo no fui el arquitecto de mi propio destino. No me dejaron alcanzar un balde de sangre para llenar alguna vena, ni siquiera pude dar una mano para que lo pusieran de pie a mi esqueleto. Nada. No fui invitado a la inauguración de tan precario y fundamental monumento. No me pidieron ni la más breve opinión, ni siquiera un sí o un no dados con la cabeza. Participaron todos menos yo. Se metieron sin que los llamara. Se atribuyeron grados de parentesco, derechos y afinidades. Asistieron a mi entronación para vestir de fiesta sus egoísmos, tal vez porque tampoco a ellos les habían permitido ser los arquitectos de sus propios destinos.*

*Intentaron convencerme de que yo era el arquitecto de mi propia vida cuándo ya me habían rajado los cimientos, retorcido las columnas, aplanado la bóveda, tapiado los ventanales, humedecido los sótanos, oscurecido las claraboyas y entristecido las raíces del jardín.*

*Hubo uno que escribió que había sido el arquitecto de su propio destino. Allá él con su andamiaje. Yo no construí nada. No fui el diseñador de la catedral de mi culo ni del burdel de mi alma. (José Sbarra, Mark la Sucia Rata)*

Universidad de  
**San Andrés**

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

### Presentación

La cultura empresarial, “el orden simbólico de aquel campo de fuerza que eleva la máxima “actúa emprendedoramente” como regla suprema de la conducción de sí mismo y de otros” (Bröckling, 2015, p.22) ha ido avanzando sobre una cantidad de terrenos, de los que la educación no está exenta. Así, el régimen de la subjetivación del *self* emprendedor, “un régimen de saber, cuyo poder consiste en transmitirle al ser humano una verdad sobre él y sobre la lógica de su conducta y de sus relaciones sociales” (idem, p.25), extiende la racionalidad empresarial en cada vez más ámbitos de la vida cotidiana.

La aparición y participación de organizaciones y actores de sectores privados implicados en el mundo empresarial, la incorporación de nuevas tecnologías y una variedad de decisiones a nivel de política educativa, entre una multiplicidad de factores heterogéneos, ha generado un fuerte impacto en la formación de una identidad prospectiva alternativa: la del emprendedor y el aprendiz digital sujeto a formación continua (Loveless y Williamson, 2017). Al mismo tiempo, se extiende una concepción de los estudiantes cada vez más determinada por figuras cibernéticas y del emprendedurismo. El futuro de la educación se ha vuelto “concebible, inteligible y susceptible a la intervención, en unos términos importados del campo de las nuevas tecnologías” (Loveless y Williamson, p.14), al tiempo que “el mercado, o cierta ética empresarial conjugada con el espíritu del consumismo” son las entidades que suplantaron al Estado como metainstitución que garantizaba la eficacia y el sentido de todas las demás, incluyendo la escuela (Sibilia, 2012).

Estos nuevos saberes, prácticas y discursos que aparecieron en el campo educativo combinan conceptos e ideales tecnológicos con la idea de un “yo emprendedor”, que se interpreta como activo, creativo y autónomo (Loveless y Williamson). La figura del emprendedor cobra una importancia significativa en tanto queda definida como un tipo de personalidad que podría ayudar a solucionar una gran



variedad de problemas actuales, reivindicando valores como la motivación, la responsabilidad individual, la autorregulación y la flexibilización (Sibilia, 2012; p.125).

La investigación propone un acercamiento a las formas en que este tipo de prácticas, saberes y tecnologías aparecen en relación a la institución escolar. Nos proponemos explorar el dispositivo de los Clubes TED-Ed como forma de conjugar los nuevos lenguajes culturales, la tecnología y el emprendedurismo. No se trata, únicamente, de pensar el modo en que el formato propuesto por la ONG “Ideas que Transforman” se sitúa en sintonía con las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo con una determinada actitud frente al conocimiento y la acción política (Azcurrea Mariani, 2019), sino de indagar también sobre una serie de saberes, tecnologías y prácticas que se encuentran involucradas en el proceso de autotransformación que propone Clubes TED-Ed, que apelan al autoemprendedor, el diseño de sí y a la responsabilidad individual. Nos proponemos observar de qué modo este nuevo dispositivo apela a otros sistemas de expertos, que incluyen el coaching, el marketing, las figuras de las redes sociales y la administración, entre otros, para convertirse en uno de los programas de iniciativa privada con mayor crecimiento dentro de las escuelas secundarias del país en los últimos cinco años.

Nuestro objetivo general se dirige a analizar la penetración de los Clubes TED-Ed en las escuelas secundarias de la Argentina como un emergente de la expansión de los discursos del self-emprendedor y la superación personal y, por lo tanto, como una forma de gobierno del yo. Para alcanzarlo, basándonos en una propuesta genealógica, nos proponemos revisar los documentos que constituyen el programa, rastrear los vínculos con otras iniciativas de emprendedurismo en la educación secundaria y estudiar la concepción de escuela que porta el dispositivo. Se pretende, de este modo, realizar un aporte a los estudios del emprendedurismo en la escuela y, más en general, analizar a la escuela contemporánea en el marco de un régimen “dominado por un esfuerzo tendiente a convertir toda la agencia social en emprendeduría, exaltación ontológica de las virtudes espirituales de la empresa” (Mónaco, Pisera y Sztulwark, 2017), en el que el éxito de los individuos radica en su capacidad de autogestión (Bröckling, 2015).

Los estudios de Bröckling (2015) nos plantean un punto de partida claro, en tanto buscaremos observar cómo aparecen los conceptos de gestión del yo en la escena

escolar, bajo la idea de “un actuar emprendedor”, involucrando estrategias de autonomización, responsabilización y flexibilización que se movilizan para esos fines (Bröckling, 2015 p.24). Este trabajo recupera la idea de una genealogía de la subjetivación, por la cual se analizan

complejos procesos de acoplamiento y traducción entre formaciones discursivas y tecnologías sociales y del yo...Esta perspectiva reproduce los dispositivos y prácticas cognitivas que le permiten a las personas y que ellas requieren para comprenderse como personalidades con una identidad distintiva y a la que tratan de darle una impresión auténtica en sus expresiones vitales. En pocas palabras, lo que los ha llevado a verse y a actuar como individuos... se concentra sobre las discontinuidades, sobre los quiebres, sobre aquello que desaparece o reaparece como nuevo, y ciertamente bajo el gran umbral entre formas de socialización estratificadas y funcionalmente diferenciadas. En vez de escribir una historia del desarrollo, o incluso una historia del progreso o decadencia del sujeto, ella identifica configuraciones históricas dispares, en las cuales ciertos modelos de pensar el sujeto, se combinan con procedimientos específicos para formarlos de manera práctica (Bröckling, 2015, p.38)

Bröckling menciona la importancia que tiene para los regímenes de subjetivación aquellos expertos de la subjetividad (entre los que menciona profesores, médicos, asesores, evaluadores, terapeutas, entrenadores, etc.) que revisten de autoridad a programas, mediante la definición de tareas, la retroalimentación y la evaluación de resultados. Estos regímenes “transforman las preguntas existenciales sobre el sentido de la vida y el significado del sufrimiento en preguntas técnicas de lo más efectivas para manejar disfunciones y para mejorar “la calidad de vida” (p.54). De este modo, aparecen prácticas que se denominan emancipatorias, transformadoras, creativas, que dicen reivindicar la libertad, al tiempo que prescriben un tipo de identidad, una cierta manera de ser que involucra una forma de gobernarse a sí y la consideración de los otros bajo esa misma lógica (Masschelein y Quaghebeuer, 2005).

Íntimamente entrelazados están con ello los procesos de la profesionalización, así mismo, una mayor diferenciación y reflexividad en torno a los métodos... En la forma del experto se radicaliza la paradoja de la construcción del sujeto hasta la contradicción performativa: por un lado, este aparece con el gesto apelativo de una autoridad, que sabe lo que es bueno para aquellos a los que se dirige. Por otro lado, promueve la desconfianza de cualquier tipo de determinación extraña y predica nada más que “¡conviértete en ti mismo!”. Para llegar a saber quién se es, se requiere aparentemente a alguien que se lo diga, para llegar a ser alguien que le ayude a uno. A la vez hay en todo buen consejo el juicio humillante que uno le requiere, puesto que cada ayuda profesional construye, en primer lugar, a necesitados. El policía de Kafka formularía su “renuncia, renuncia”, hoy en día en forma positiva, como propuesta de coaching. (Bröckling, 2015, p.53-54)

Considerando los trabajos de Foucault (2007, 2014), el análisis de Rose (2019) y el trabajo previamente mencionado de Bröckling (2015), nos proponemos analizar los distintos manuales presentados por Clubes TED-Ed Argentina, la bibliografía presentada por sus creadores, la investigación llevada adelante por el equipo local en relación a la implementación del programa y los libros que fueron creados o difundidos por los creadores originales de las charlas TED. En esta dirección, retomaremos la idea de una genealogía de la subjetivación:

...en ningún caso renuncia a la investigación empírica, pero la empiria a la que se refiere no son ni las regularidades y posibilidades, ni los momentos incalculables de actitudes individuales, sino el intento de influir en ellos. Para quedarse dentro de la imagen: no pregunta por lo que un alumno hace o deja de hacer, sino qué instituciones y personas (incluida la del alumno) y en qué forma y con qué intención tratan de lograr hacer algo definido y de dejar de hacer algo diferente.

Lo que expone son las prácticas en textos, imágenes y otros artefactos de programas gubernamentales abandonados; interpretaciones de sentido, las que desean influenciar interpretaciones de sentido, actuaciones a actuaciones. (Bröckling, 2015)

La genealogía de la subjetivación no dirige su pregunta a qué es el sujeto, sino a los saberes y las técnicas que se movilizan para moldearlo, e investiga la constitución dispar del self dentro de los programas de gobierno y autogobierno (Bröckling, 2015). Retomando a Rose (2019), las preguntas apuntan a pensar de qué modo se reciclan y reconfiguran ciertos saberes para formar nuevas alianzas y programas, cómo ciertas cuestiones se problematizan y qué tecnologías se utilizan para responder a esos problemas.

La pregunta que este trabajo dirige hacia el programa Clubes TED-Ed Argentina parte de la concepción del self-emprendedor. Estas formulaciones, en relación a la gubernamentalidad neoliberal, no definen una entidad empírica identificable, sino que marcan una dirección, al modo de un gerundio, “como algo que se está produciendo y optimizando. Uno no es un emprendedor de sí, sino que se está convirtiendo”<sup>1</sup> (Bröckling, 2011, p.12). Retomando los trabajos de Bröckling (2011, 2015) y Rose (2006, 2019), nos preguntamos cómo la organización Ideas que transforman, a cargo del programa, combina cierto tipo de saber científico, formas de manejar la información y profesionales que señalan la importancia de activar el potencial individual.

---

<sup>1</sup> La traducción me corresponde.

¿De qué manera las grandes empresas y diversas ONGs introducen e incentivan la presunta relación inherente, pensando en un proyecto de futuro del país, entre educación, tecnología y emprendedurismo? ¿Cuáles son los saberes, las tecnologías y las prácticas que se encuentran ligadas a una visión de este tipo dentro de la educación argentina? ¿Qué dicen los programas y la bibliografía que fomentan la importancia de convertirse en un orador TED? ¿De qué manera construyen un saber, una práctica que se nombra capaz de transformar la propia vida?

### Estructura de la tesis

Esta tesis consta de 5 capítulos, correspondiendo el primero a la introducción. Aquí presentamos el problema de investigación y los objetivos que guían el trabajo.

El segundo ofrece las principales perspectivas teóricas de las que nos valemos para abordar el dispositivo de los Clubes Ted-Ed en la Argentina, que incluyen el gobierno de sí, la gubernamentalidad neoliberal y el self-emprendedor. También se presentan una serie de trabajos que funcionan como antecedentes relevantes. Estas investigaciones analizan programas que prescriben un determinado tipo de identidad participatoria/participativa, una forma de pensar la voz de los estudiantes y una forma de concebir las emociones, y ponen en el centro la construcción de categorías como la realización personal, el empoderamiento y la empatía.

El tercer capítulo compone la historia de TED distinguiendo dos momentos fundamentales. El primero se identifica de la mano de Richard Saul Wurman, bajo el contexto de la *new economy* y la aparición de una serie de empresas, políticas y teorías centradas en el individuo, en los inicios de lo que Ronald Reagan denominó la era del emprendedor. Un segundo momento, a partir de la llegada de Chris Anderson, significó la masificación y la ampliación del alcance de TED, de la mano de la incipiente Youtube y las nuevas tecnologías, creando una variedad de programas que recorren actualmente el planeta y difunden la visión de las empresas de Silicon Valley. Después del análisis de los dos momentos fundamentales, componemos el método TED a partir de los tres libros traducidos al español que han promovido el formato y las bondades de dominar las competencias orales al estilo de la organización. Allí llevamos adelante una

revisión crítica para pensar el concepto de comunicación y el tipo de afectividad que promueven.

El cuarto, llamado TED y la educación, plantea el desembarco de este programa en la educación Argentina mediante la fundación Ideas que transforman. Aquí revisamos los saberes, las tecnologías y las alianzas de los Clubes TED-Ed Argentina, al tiempo que analizamos dos documentos fundamentales para la promoción de la metodología de trabajo en las escuelas. El primero es la guía para facilitadores diseñada para la implementación del programa y la formación de los docentes encargados de la tarea de acompañar a los estudiantes en la misión de devenir oradores al estilo TED. El segundo es una investigación llevada adelante por parte del equipo local, difundida bajo el título *Becoming TED Speakers in School: Student Development Through Participation in TED-Ed Clubs*. En este capítulo buscaremos observar cómo ciertas nociones sacadas del emprendedurismo ligadas a las nuevas tecnologías y a la gestión empresarial, como la creatividad, la comunicación y la autotransformación, buscan dotar de un “nuevo encanto a la educación”.

Para finalizar, el último capítulo presenta una serie de conclusiones sobre las formas en que el programa resalta las capacidades del self-empresedor con un vocabulario determinado, presente en la publicidad y en el discurso de las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, se incluyen una serie de reflexiones sobre el funcionamiento del programa como un dispositivo cerrado, donde las escuelas no tienen intervención en el proceso.

## CAPÍTULO 2

### PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y ABORDAJE METODOLÓGICO

#### Perspectivas teóricas para abordar el dispositivo TED-Ed en la Argentina: condiciones globales y locales

El emprendedurismo aparece como una tendencia privatizadora de y en el campo educativo que ha ganado terreno en la Argentina en los últimos años de la mano de los gobiernos neoliberales, con la Ciudad de Buenos Aires como principal referente y su posterior correlato con el mandato de Mauricio Macri a nivel nacional (Feldfeber et al, 2016).

Un estudio que coordinó Feldfeber (2016) describe las principales iniciativas en el mundo de la educación en relación al emprendedurismo, que tienen como objetivo introducir valores empresariales y de mercado. El caso de Junior Achievement, instalada en 1991 y que alcanzó a formar más de 700.000 niños, niñas y adolescentes con sus programas, es un antecedente de este tipo de tendencias. Se trata de “una fundación educativa internacional cuya misión es generar en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas, en un marco de responsabilidad y libertad”, sembrando valores y principios que incluyen creatividad, libertad, honestidad, integridad, productividad, responsabilidad y respeto por los derechos individuales (p.92). Al mismo tiempo, se menciona el programa A(em)prender, llevado adelante por el Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires, la Dirección General del emprendedor y Eco Debate Joven, cuyo objetivo es: “fortalecer y potenciar el proceso de creación y puesta en marcha de nuevos emprendimientos, y el de diseñar acciones tendientes a promocionar el desarrollo económico integral de la Ciudad, desde una perspectiva productiva y sustentable” (p.95).

El gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha sido un gran impulsor de iniciativas con este tipo de características. La presentación del nuevo diseño curricular en el año 2014 marcó un momento fundamental en la introducción y ampliación del emprendedurismo en las escuelas. A partir de ese momento, se incorporaron una serie de propuestas que definen su importancia para el presente y el futuro de los y las adolescentes:

surge la propuesta de incorporar Emprendedorismo en las escuelas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el propósito de desarrollar las capacidades emocionales e intelectuales de los estudiantes que les permitan enfrentar retos inciertos y complejos y desarrollar competencias emprendedoras e innovadoras. (Diseño Curricular – Emprendedorismo, en Feldfeber et al, 2016)

El Ministerio de Educación definió el momento como “una oportunidad histórica para mejorar la calidad educativa del nivel secundario”, considerando a los estudiantes como “Emprendedores del aprendizaje para la vida” (NES, 2014). Al mismo tiempo, presentó un documento ampliatorio de estos lineamientos, el *Documento Base sobre Emprendedorismo para Educación en Ciudad de Buenos Aires*, que servía como justificación de estos aspectos de su política educativa. Allí señalaban la importancia del emprendedurismo para que los y las adolescentes sean capaces de “la construcción de su propio proyecto de vida como seres individuales y sociales a través de emprendimientos sociales, políticos, culturales y económicos, convirtiéndose de esta manera en protagonistas de su propio desarrollo” (p.2).

También aparecieron las palabras de la por entonces Directora General de Planeamiento educativo del MECABA, Mercedes Miguel, quien destacó la imperiosa necesidad de incluir estas modificaciones, en medio de las tomas de colegios y fuertes conflictos con la comunidad educativa:

Ellos egresarán a un mundo diferente, donde las demandas se están centrando cada vez más en las habilidades y la capacidad de ser creativos, emprendedores, de comprenderse ciudadanos del mundo en una economía y sociedad globalizada donde las formas del trabajo, producción y generación de ingresos serán críticamente diferentes a lo que se conoce hoy. (Miguel, 2013)

No debemos perder de vista el rol que han jugado grandes empresarios en difundir estos argumentos y caracterizaciones. Santiago Bilinkis, mediante su relación con la Singularity University, centro de estudios auspiciado por Google y la NASA, con sede en Silicon Valley, ha sido uno de los impulsores de la idea de sumar empresas para impartir cursos alrededor de estas temáticas (Feldfeber et al, 2016). Asimismo, Marcos Galperin (CEO de MercadoLibre) se preguntó públicamente sobre los motivos por los cuales no existe un Google o un Facebook en el mercado de la educación (Catalano, 2017). Martín Migoya (CEO de Globant) sugirió en el B20 (Business 20, foro perteneciente al G20) que la clave para cambiar la educación era “promover el emprendedorismo, que los gobiernos hagan todo lo posible para que existan

emprendedores que hagan crecer sus empresas y fomentar diversidad e inclusión en todas las categorías de empleo” (citado en D'Arrisso, 2018). De esta manera, el emprendedurismo aparece como un tipo de actividad que debe ser promovida en el área de la educación y los problemas educativos pasan a ser definidos en términos tomados de ese ámbito (Rose, 2019).

Una de las características que suele atribuirse al mundo emprendedor en los discursos oficiales es la relación con el aprovechamiento y la explotación de las nuevas tecnologías, dotadas de una alta volatilidad (Duhalde, Caride, Feldfeber, 2020). Se trata de empresas que se destacan por su intención innovadora, y personas que sobresalen por la capacidad de haberse hecho responsables y esforzado individualmente para transformar las complicaciones del entorno mediante el desarrollo de nuevas tecnologías.

A lo largo de los últimos años, aparecieron una gran variedad de términos que combinan figuras de mercado, de la publicidad y del emprendedurismo con el tándem enseñanza/aprendizaje. Se acuñaron términos del tipo “emprendizaje”<sup>2</sup>, “pasión por aprender”, “aprendizaje sostenible”, “aprender a emprender”, “aprender a aprender” y “las 4C” (Pensamiento Crítico, Creatividad, Colaboración y Comunicación), entre otros. Al mismo tiempo, a partir de la popularidad de ciertos autores, siendo el caso emblemático Ken Robinson con más de 72 millones de reproducciones por su charla TED Do Schools Kill Creativity?<sup>3</sup>, la más vista en la historia de la organización, y varios libros que han aparecido en el mercado, algunas nociones han estado en las primeras planas de los debates educativos: innovación, liderazgo, adaptación al cambio, motivación y, quizás la más difundida, creatividad, son solo algunos ejemplos del conjunto de competencias o habilidades que se esperan que lxs estudiantes tengan tras su paso por la educación secundaria.

En esta coyuntura, que llama permanentemente a la creatividad personal, la diferenciación y la excentricidad (Sibilia, 2008), ha surgido cada vez con más fuerza la idea de formar a lxs alumnx en las Habilidades del Siglo XXI. Retomando el ejemplo

---

<sup>2</sup> El término fue utilizado por Mercedes Miguel, quien fuera Secretaria de Innovación y Calidad Educativa del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología en Argentina, durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019), y anteriormente Directora General de Planeamiento e Innovación Educativa en la Ciudad de Buenos Aires.

<sup>3</sup> Datos obtenidos de [https://www.ted.com/talks/sir\\_ken\\_robinson\\_do\\_schools\\_kill\\_creativity?language=es](https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=es). La charla cuenta con subtítulos en más de 64 idiomas.



de la NES, se propone la “adecuación de los diseños curriculares a las demandas y exigencias de la sociedad del conocimiento (nueva estructura *del mercado laboral, nuevas tecnologías*, mundo interconectado, cambios en la estructura familiar, *habilidades para el siglo XXI*)” (Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires). La modificación curricular de la Ciudad de Buenos Aires señala la importancia, para concebir la educación secundaria, del mercado, las tecnologías y las distintas habilidades que requiere la denominada sociedad del conocimiento. En simultáneo, la carta inaugural del NES del por entonces Ministro de Educación de la Ciudad, Esteban Bullrich, menciona que

La innovación, la creatividad, las habilidades para el siglo XXI, exigen a la educación en general –y a la formación del nivel secundario en particular– adaptarse a estas nuevas demandas para permitir a nuestros jóvenes la posibilidad de acceder no solo al mundo del trabajo, sino también a la sociedad que los espera. (Bullrich, 2014, p.14)

Existe una extensa bibliografía que nombra la importancia de las Habilidades del Siglo XXI y las define como uno de los objetivos centrales de la educación para el futuro personal y el éxito profesional (Bedwell, Salas y Fiore en Furman et al, 2019; p.164). Estas habilidades se definen como “los conocimientos, capacidades, hábitos, actitudes y emociones que les permiten a los estudiantes lograr ser exitosos en la escuela, en la universidad y en la vida, considerando los desafíos del nuevo siglo” (Van Laar et al en Jacob). Maggio (2018) las agrupa en tres categorías: habilidades de aprendizaje e innovación, aquellas que preparan para un mundo complejo y sus ambientes laborales (incluyen pensamiento crítico, resolución de problemas, comunicación, creatividad e innovación); las habilidades vinculadas a la información, los medios y la tecnología (todo tipo de alfabetización vinculada a los medios, la información y mundo digital); por último, las habilidades para la vida y la carrera, vinculadas a la emocionalidad y a la complejidad del mundo actual (incluye flexibilidad, adaptabilidad, iniciativa e independencia, productividad, liderazgo y responsabilidad entre otras).

Una genealogía posible de esta idea remonta al consorcio estadounidense que actualmente lleva el nombre de Batelle for Kids y a la relación con los grandes empresarios de la costa oeste de los Estados Unidos. En su portada de diciembre de 2006, la revista Time incluía la pregunta “¿cómo construir un estudiante para el siglo

XXI?”, entregando respuestas de los principales empresarios y de las universidades destinatarias de sus donaciones, muchas de ellas vinculadas a la concepción propuesta por Batelle for Kids. Esta organización estadounidense es una de las principales impulsoras de las Habilidades para el Siglo XXI y cuenta con el financiamiento de la Chan Zuckerberg Initiative (fundada por Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, y Priscilla Chan), la Bill & Melinda Gates Foundation (la fundación más grande del mundo en términos de recaudación) y una serie de fundaciones vinculadas a empresas del mundo de las nuevas tecnologías, algunas también vinculadas a TED-Ed. Desde hace tan solo unos años, la red Partnership for 21st Century Learning (P21) se encuentra dentro de esta organización.

Estas fundaciones de los nuevos millonarios de los Estados Unidos son muy bien tratadas por la prensa, los políticos, las universidades y sus académicos, bajo la expectativa de recibir alguna donación (Ravitch en Dussel, 2013). No sólo imponen condiciones para el desarrollo de políticas educativas, sino que ante eventuales inconvenientes y fracasos de sus decisiones no deben rendir cuentas ante el público. En el caso de la fundación Gates, la financiación de grupos de Advocacy y Think Tanks le permiten contar con el consenso y la aprobación necesaria para no tener que dar ningún tipo de explicación (Dussel, 2013)

Retomando la cuestión de las Habilidades del Siglo XXI, más allá de los intentos de quienes sostienen la importancia de este tipo de competencias por comprender la cognición y los procesos de aprendizaje, estos discursos nos devuelven la pregunta sobre el lugar de la escuela. La convicción de trazar el futuro de un adolescente a partir de unas competencias o habilidades parece determinada por la idea de utilizabilidad, rendimiento y competencia:

Asumen que la “sociedad”, “la cultura” y “el mercado laboral” son (y deben ser) las piedras de toque definitivas que nos indican qué es este mundo. Pero nosotros nos atrevemos a responderles que esas entidades, más que ninguna otra cosa, son ficciones. ¿Realmente sabemos lo que espera la “sociedad” (mucho menos la así llamada “sociedad del cambio acelerado”) o lo que resulta verdaderamente útil? ¿Acaso las listas de competencias a la moda no son más que quimeras que han perdido toda relación concreta con la realidad? La insistencia en la relevancia y en la utilidad práctica, ¿no resulta profundamente pretenciosa, engañosa e incluso falsa para muchos jóvenes? (Simons y Masschelein, 2014, p.45)

La promesa implícita de utilizabilidad o la maximización del potencial productivo de la educación vacían de sentido la forma de lo escolar (Simmons y Maschelein, 2014). Se trata, mayormente, de capacidades, destrezas o conocimientos que pueden utilizarse en el mercado de trabajo, siendo los agentes de ese ámbito los capaces de identificar las competencias deseables. “No solo se trata de ser productivos, sino de algo que se empezó a nombrar con neologismos: hay que ser proactivos o *produser*, en síntesis, emprendedor” (Sibilia, 2012, p.129). Esto supone una dinámica de tipo económica que enlaza la libertad individual a las exigencias del mercado, justificando la primacía de lo privado por sobre lo colectivo en tanto reivindica la libertad de elección, la competencia y la eficacia (Martinez, 2014, p.66).

En el marco del régimen de gubernamentalidad neoliberal las personas ya no son vistas y tratadas como ciudadanos, sino como seres emprendedores y emprendedores de sí, donde la libertad individual es definida como un efecto y un instrumento (Simons y Masschelein, 2006). A partir de la noción de gubernamentalidad y del análisis sobre las condiciones del neoliberalismo introducidos por Foucault, y los trabajos en esas claves, trataremos de alcanzar una descripción de la multiplicidad de elementos que hacen a los Clubes TED-Ed.

En su curso sobre el nacimiento de la biopolítica (2004), Foucault señala que el dispositivo de veridicción para los neoliberales es la forma empresa: “el objetivo del neoliberalismo es que la trama de la sociedad tenga la forma de empresa. El principio regulador de autolimitación de la acción gubernamental entonces ya no es la racionalidad que emerge de las formas de intercambio, sino la que emerge del ejercicio de la competitividad, es decir, del cálculo de costos y beneficios” (Castro, 2014; p.112). Se aspira según Foucault, a que los mecanismos de competencia sean el principio regulador de la sociedad y a una sociedad “sometida a la dinámica competitiva. No una sociedad supermercado: una sociedad empresa” (Foucault, 2004: p182). Tal como concluye Bröckling (2015), “gobernar significa estimular la competencia; gobernarse a sí mismo significa promover la capacidad de la competencia propia” (p. 119). Así “se explicita la conexión entre una trama de poder que opera sobre la vida de la especie y el neoliberalismo como gobierno de las conductas; entre el mando capitalista y las nuevas prácticas de gobierno” (Sztulwark, 2019, p.49). El neoliberalismo implica una reorganización de las relaciones sociales sobre la base de dispositivos de mercado,

“apoyadas en una nueva forma de concebir la cooperación social, en una revolución tecnológica y en una inédita centralidad de la forma empresa” extendida a cada ámbito de la vida, donde el héroe ya no es el hombre de Estado sino el empresario (Sztulwark). Al decir de Wendy Brown, “se espera que tanto las personas como los estados se comporten en modos que maximicen su valor de capital en el presente y mejoren su valor futuro, y (...) lo hacen a través de prácticas de empresarialismo, autoinversión y atrayendo inversiones” (2015, p.20).

Lo neoliberal no refiere a un poder exterior, sino a “la capacidad de organizar la intimidad de los afectos y gobernar las estrategias existenciales. Llamamos neoliberalismo, entonces, al devenir micropolítico del capitalismo, a sus maneras de hacer vivir” (Sztulwark, 2022). En un artículo en diálogo con su libro *La Ofensiva Sensible*, Sztulwark (2022) define el neoliberalismo como fenómeno de interiorización del mando, donde el campo de obediencia se extiende bajo premisas del discurso emprendedor vinculadas con la idea de libertad, la autogestión y la responsabilidad sobre sí. Un tipo de premisas autoimpuestas que afirman el mandato de la productividad e impulsa a llevar adelante estrategias de valorización del sí mismo.

Siguiendo a Gago (2016), se trata de poner el foco en la multiplicidad de niveles que construyen esta tecnología de gobierno, preguntando por los mecanismos, saberes, afectos y prácticas que implican y analizando de qué manera se articula con otras formas de hacer. Estudiaremos los clubes TED-Ed desde esta perspectiva que implica el análisis y descripción del programa como un elemento en el gobierno de las personas, entendiendo esto como el encuentro entre “las técnicas de dominación ejercidas sobre los otros y las técnicas de sí” (Foucault, en Revel, 2009; p.76). El estudio de las formas de gubernamentalidad conlleva “el análisis de formas de racionalidad, de procedimientos técnicos, de formas de instrumentalización”, al mismo tiempo que también hace referencia a las técnicas de dominación “ejercidas sobre los otros y las técnicas de sí... El punto de contacto en que se articulan de forma recíproca, la manera en que los individuos son dirigidos y la manera en que se conducen a sí mismos...” (Castro, 2018, p.192). Este tipo de estudios asume que hay una relación intrínseca entre las tecnologías educativas, tanto intelectuales como prácticas, y la forma en que el poder político se ejerce en nuestras sociedades, así como en la forma de autogobierno (Masschelein, Simons, Bröckling y Pongratz, 2006).

La idea del gobierno de individuos empresariales, la imagen de un sí mismo emprendedor, no se puede definir únicamente como una obsesión de los gobiernos neoliberales (Rose, 2019). Es importante destacar las resonancias con algunos supuestos básicos sobre el ser humano contemporáneo, que toman cuerpo en el lenguaje y en los ideales sobre lo que se debe hacer:

El sí mismo consiste en emerger como un ser subjetivo, en aspirar a la autonomía, en perseguir la realización personal en la vida terrenal, en interpretar su realidad y destino como un asunto de responsabilidad individual, en encontrar el significado de la existencia en la modelación de la vida a través de la elección.... La guía de los sí mismos no depende ya de la autoridad de la religión o de la moralidad tradicional, sino que ha sido concedida a los expertos de la subjetividad, quienes transfiguran preguntas existenciales sobre el propósito de la vida y el significado del sufrimiento en preguntas técnicas sobre los modos más efectivos de administrar el mal funcionamiento y mejorar la '*calidad de vida*'. (Rose, 2019, p.266-267)

Tanto las charlas TED como los Clubes TED-Ed han incorporado desde sus inicios a figuras "expertas de la subjetividad" que predicán formas para mejorar la vida, ya sean oradores o profesionales dentro de sus equipos, principalmente especialistas en *coaching*. No es un dato menor que dentro del listado de la de los expositores más escuchados, bajo el mandato de Chris Anderson en TED, hayan aparecido profesionales de la psicología positiva, *coaches*, personas que definen sus técnicas como de superación personal, y una variedad de profesionales que podrían incluirse bajo el nombre de expertos de la subjetividad, siguiendo a Rose y Bröckling.

Rose (2019) define la efectividad del vocabulario de la empresa para enlazar la retórica política con programas de regulación de la capacidad autodirectiva de los sujetos. De esto resulta una forma donde lo empresarial es capaz de vincular los modos en que somos gobernados y los modos en que nos gobernamos a nosotros mismos.

En este contexto, lo empresarial designa un conjunto de reglas para la conducción de la propia existencia cotidiana: energía, iniciativa, ambición, cálculo y responsabilidad personal. El sí mismo empresarial hará de su vida una empresa buscando maximizar su propio capital humano, proyectándose un futuro y moldeándose a sí mismo para convertirse en lo que debe ser. De esta manera, el sí mismo empresarial es tan activo como calculador, un sí mismo que calcula respecto de sí y que actúa sobre sí con el objetivo de optimizarse. Esto equivale a decir que lo empresarial designa una forma de regir que es intrínsecamente ética: un buen gobierno es aquel que se basa en las maneras en que las personas se gobiernan a sí mismas. (Rose, 2019, p.273)

Los trabajos de Stephen Ball proveen otro antecedente en relación al desplazamiento del discurso y las prácticas educativas hacia un registro económico o economicista. El trabajo propuesto en Global Education Inc. (2012) explora cómo los problemas educativos se abordan a partir de soluciones de mercado, con la presencia de redes de empresas, negocios educativos y la nueva filantropía. Intentaremos seguir la línea de Ball para describir de qué manera se desplazan los límites de la política educativa y de qué modo se asientan soluciones que se importan, como el caso de los clubes TED-Ed. Nuestra pregunta no se dirige, en sentido estricto, a la privatización de la educación, como mayormente se pregunta Ball en relación al Reino Unido, sino a las formas en las que un modelo exportado específico, que magnifica la figura del emprendedor, se asienta en las escuelas.

Originalmente, el programa de la fundación Ideas que Transforman comenzó en 2015 en 8 escuelas de la Ciudad de Buenos Aires, bajo una modalidad extracurricular, en acuerdo con el gobierno local para participar dentro de la “jornada extendida”. En 2016 alcanzaron 80 escuelas entre el AMBA y Córdoba, y en 2017 contaron con la resolución ministerial RESOL-2017-162-APN-SECIYCE#ME, extendiéndose a más de 200. Esta aprobación del Ministerio de Educación auspició el Programa “¿Qué es Clubes TED-Ed? y sus Capacitaciones para Docentes”.

La presencia del gobierno neoliberal de Mauricio Macri a nivel nacional, caracterizado por una fuerte presencia de abogados de empresas y personas que han ocupado altos cargos gerenciales en las mismas (Vommaro, 2017) que derivó en el slogan “un gobierno de CEOs”, supuso la aparición de nuevos programas educativos con un lenguaje cercano a las empresas que deben ser considerados a los fines de esta investigación. Es importante considerar el mundo de expertos que formó parte del gobierno de la Alianza Cambiemos, los diálogos que se promovieron desde los ministerios, considerando de dónde viene el financiamiento y las articulaciones por medio de los cuales Clubes TED-Ed ingresó al mundo escolar.

Sara Bragg (2007) define algunas iniciativas como “proyectos que pueden leerse como intentos para inculcar normas de individualismo, autosuficiencia y autocontrol, que resuenan con nuevas configuraciones de poder y autoridad bajo el neoliberalismo”<sup>4</sup>. En el análisis de Bragg, el programa Students as Researchers (SAR) se sitúa como un

---

<sup>4</sup> La traducción me corresponde.

ejemplo de la gubernamentalidad neoliberal, en la que prácticas específicas instalan competencias positivas, sin anular o distorsionar la capacidad como agentes de los estudiantes. En todo caso, siguiendo la lógica productiva del poder, los alienta a la responsabilidad individual, la maximización de oportunidades, la responsabilidad y la automotivación.

Los trabajos de Banet-Weiser (2007) hablan del cada vez mayor uso de la idea de empoderamiento como estrategia de ventas. En un análisis de sus efectos en la enseñanza de y con medios audiovisuales, Dussel y Dahya señalan:

Esta mercantilización del empoderamiento plantea importantes interrogantes sobre las relaciones ambivalentes y contradictorias entre la política democrática y la cultura de consumo que tienen a los medios digitales como uno de sus escenarios privilegiados. Como decía Foucault, toda libertad llega con nuevos sometimientos; por lo tanto, podría ser importante preguntarse cómo las producciones mediáticas se involucran en las nuevas estrategias de gobierno del yo emprendedor. (Dussel y Dahya, 2017; p.2 )

En este sentido, proponemos pensar el aparato mediático que significa TED y como sus producciones involucran el tipo de estrategias que describen Dussel y Dahya, en relación al trabajo de Banet-Weiser. El empoderamiento puede pensarse como “una prominente piedra angular de la gubernamentalidad contemporánea” en la que se conjugan “teoría y tecnología de la conducción para resultar en la autoconducción. (...) La influencia planificada sobre otros (empoderar a personas) como sobre sí mismo (autoempoderamiento) constituyen un modelo del gobernar que se define porque todas sus intervenciones deben estar dirigidas al aumento de sus habilidades de autogobierno” (Bröckling, 2015, p.191). Actualmente, si bien el término fue utilizado por importantes movimientos sociales en distintas circunstancias, su uso está cada vez más ligado a la idea de fabricar sujetos emprendedores, determinados por los ideales de cálculo y competencia, y replicado fuertemente por el marketing y la publicidad.

Las nociones de participación y de voz de los estudiantes son un tipo de interpelación que prescriben a una determinada identidad participativa, una manera para el sujeto que incluye el gobierno de sí, y no es simplemente la posibilidad de asumirse no-alienado, libre y con la capacidad de autodeterminación (Masschelein y Quaghebeur, 2005). Los artículos de Ellsworth (1999) en relación a los proyectos que apelan a la noción de criticidad sientan un precedente claro para pensar estas cuestiones. En ese sentido, intentaremos extender la pregunta sobre este tipo de proyectos que se nombran

transformadores, disruptivos y empoderantes, para describir de qué manera llevan adelante su proyecto. Patti Lather, también nos devuelve una pregunta muy valiosa sobre la empatía, término muy difundido por los trabajos presentados desde Clubes TED-Ed Argentina. La empatía, define Lather (2008), solidifica las estructuras de discriminación, reduciendo la otredad a la mismidad, de modo que es necesario poner en duda nuestra capacidad de saber y la concepción de reciprocidad y diálogo que el enfoque empático dice comprender. En consonancia con estos argumentos, recuperamos la definición de Santiago López Petit sobre la tolerancia, donde el “tolerante es el que soporta algo o alguien, es decir, el que individualizándose respecto a los demás marca una separación que no es mera distancia sino diferencia de altura” (López Petit, 1996, p. 21).

Más específicamente en el ámbito educativo, los trabajos de Popkewitz, Olsson y Petterson (2006) permiten observar cómo se gobierna la sociedad en nombre de un ideal cosmopolita que define qué se incluye y qué se excluye. A partir de un mapeo de las reformas escolares estadounidenses y suecas, presentan una cartografía de la noción “learning society”, que define un ideal de aprendiz y aquellos “otros” que quedan por fuera. En sintonía, indagaremos sobre la forma en que TED y sus iniciativas en las escuelas construyen ciertas prácticas a las que consideran universales e indispensables para las condiciones del mundo actual, al tiempo que reproducen una lógica particular del gobierno de sí y de los otros y crean nuevas exclusiones.

Interesa también en este análisis recuperar los trabajos producidos sobre los nuevos regímenes afectivos. Los estudios de Eva Illouz (2007) trazan un análisis histórico sobre la forma en que el campo de la administración de empresas permitió conjugar el lenguaje de la emoción y el de la eficiencia productiva. Illouz rastrea los primeros usos de la psicología dentro de la empresa que permitió asentar la convicción de que la propia personalidad era la clave del éxito, bajo supuestos de igualdad y cooperación. En este lúcido trabajo intenta comprender de qué manera la comunicación pasó a ser de vital importancia en la definición de la personalidad empresarial competente. Esta investigación intenta recuperar las preguntas de Illouz con el fin de observar de qué manera el programa de Clubes TED-Ed involucra una variedad de discursos proveniente de distintas áreas para la construcción de un yo-empresarial, que apela a un tipo de emocionalidad particular, donde se nombra una lógica de la



“felicidad”, el “disfrute” y la “transformación”. En este sentido, nos propondremos pensar de qué manera este tipo de programas responde a la mercantilización creciente de las dimensiones simbólicas, los sentimientos y los estilos de vida y a la consolidación de un *ethos* que pone en el centro de las intervenciones institucionales la realización personal y la salud emocional, combinando criterios tecnocientíficos y la idea de la maximización del rendimiento y el beneficio personal (Illouz y Cabañas, 2019).

Por su parte, Ana Abramowski (2009) ha trabajado los modos en que la competencia emocional se percibe como una divisa fundamental para el desempeño actual en el campo educativo. Si bien no pretendemos hacer un análisis exhaustivo de la emocionalidad que TED prescribe, es importante entender cómo las competencias que el programa refiere están ligadas a una forma de concebir los afectos. El análisis de Abramowski (2018) plantea la relación entre la perspectiva de la educación emocional, largamente promovida en los últimos tiempos, y las ideas del conocimiento de uno mismo, vinculadas a la empatía, el aprovechamiento productivo de las emociones y la motivación, entre otras. También es importante para nuestro trabajo recuperar la perspectiva de Sara Ahmed (2014), que reflexiona sobre los procesos mediante los cuales ser emotivo se define como una característica de ciertos cuerpos (y no de otros), y sobre la manera en que las emociones operan para hacerlos y moldearlos. La académica británica-australiana señala que “la historia de la evolución se narra no solo como la historia del triunfo de la razón, sino de la capacidad de controlar las emociones y de experimentar aquellas que son “apropiadas” en diferentes momentos y contextos” (Ahmed, 2015; p23). Así, refiere que las emociones se pueden representar como buenas en la medida que se expresan como una forma de inteligencia, como “herramientas que pueden ser usadas por los sujetos en su proyecto de vida” para la formación de un yo competente. Intentaremos describir el modo en que TED y Clubes TED-Ed conciben la “competencia en exposición oral” como una forma de construir un sujeto competente, y cómo ciertas emociones ocupan un espacio fundamental en esa concepción.

Ambos programas surgen y se expanden en un momento de consolidación del capitalismo digital, que desde la crítica se lo define como capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2020), de plataformas (Srnicsek, 2018), en el que la lógica de Silicon Valley se extiende como proyecto político (Sadin, 2020) y en el que, en definitiva, se constituye un nuevo espíritu del capitalismo guiado por proyectos (Boltanski y Chiapello, 2002).

En este contexto, muchas tecnologías se han vuelto parte del “inconsciente” de la sociedad, se han asentado silenciosamente y han dado forma al pensamiento, conocimiento y competencias cotidianas (Thrift, 2005). Nos proponemos indagar cómo una organización nacida en California en los años ochenta en pleno auge de la New Economy llega a la Argentina más de 20 años después de su fundación, mediante las distintas organizaciones locales TEDx, y deriva en una iniciativa, primero de carácter extracurricular, y luego a elección en conjunto con las escuelas de la modalidad a adoptar. Clubes TED-Ed lleva alcanzadas más de 1.300 escuelas y 50.000 estudiantes. Para este fin, será necesario observar las relaciones con sus nociones de origen, al mismo tiempo que las transformaciones locales, los procesos de modificación y las justificaciones propias de la fundación Ideas que Transforman.

Por último, con el objetivo de pensar la concepción de escuela y de las nuevas tecnologías que porta el dispositivo, es importante reconocer las discusiones sobre las formas de ciudadanía y de participación que emergen con la llegada de las redes sociales a los espacios educativos (Dussel y Fuentes Cardona, 2020). Este tipo de antecedentes nos permiten pensar las formas en que la llamada a participar y conectar arman nuevas maneras de comunicación que no implican, necesariamente, una conversación. En ese sentido, buscaremos pensar cuáles de estos elementos de las nuevas tecnologías, especialmente de las redes sociales, “que tienden a horizontalizar los discursos y a movilizar las posiciones” frente a las “formas jerárquicas y altamente ritualizadas de la autoridad educativa” (Dussel y Fuentes Cardona, 2020, p.3), entran en diálogo con la lógica comunicacional que promueve TED.

Abordaje metodológico: pistas para un análisis de los clubes TED-ED como dispositivos de gobierno del yo y emergentes de la cultura emprendedora en la escuela

Es objetivo de este trabajo estudiar cómo los clubes TED-ED se despliegan en las escuelas secundarias de la Argentina como una iniciativa que apuesta por el diseño del yo a través de dinámicas comunicacionales y discursivas que, eventualmente, puede redundar en el fomento de una cultura emprendedora basada en la superación personal.

Para ello, y anclado en las perspectivas teóricas que se describen en el anterior apartado, se apostó por un abordaje metodológico centrado en el análisis de documentos y textos producidos por la misma organización TED-ED, que son los que dan sustento al programa. Se analiza, también, documentación oficial que aprueba y luego expande la implementación de los clubes en las escuelas secundarias argentinas (resoluciones ministeriales), pues se trata de documentos que formalizan e institucionalizan la presencia de este proyecto en las escuelas.

Una serie de publicaciones que incluyen guías y libros son los que conforman lo que podemos llamar “la Biblia de las charlas TED”, tomando el término prestado de la industria audiovisual<sup>5</sup>. Estas publicaciones son:

- La guía para facilitadores, un documento con lineamientos fundamentales del programa, objetivos, formato, pasos a seguir y ejemplos de cómo implementar el proyecto en las escuelas. Como su nombre lo indica, está destinada a facilitadores que participarán en las escuelas, dinamizarán encuentros y buscarán determinados resultados e impactos.
- El texto académico “Becoming TED Speakers in School: Student Development Through Participation in TED-Ed Clubs” (Furman et al, 2019), publicado en el *Journal of Youth Development* y producido por investigadores que participan de una forma u otra en los clubes TED-ED. El artículo propone un abordaje desde la investigación al impacto de los clubes TED-ED en los estudiantes que participan, según sus propias voces.
- Tres libros que se consideran clave para el análisis del universo TED, escritos por autores que son o fueron parte de la organización: “Charlas TED: La guía oficial para hablar en público”, de Chris Anderson (2016); “Método TED para hablar en público: Los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo”, de Jeremy Donovan (2013); y “Hable como en TED: Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores”, de Carmine Gallo (2017).

---

<sup>5</sup> Los formatos televisivos que se comercializan internacionalmente o las producciones televisivas que se venden a plataformas, tienen como parte constitutiva una Biblia (así llamada en inmediata referencia al texto sagrado). Se trata de un manual que detalla con extremo detalle cómo deben producirse, filmarse y post producirse las producciones audiovisuales incluyendo indicaciones para dirección, fotografía, vestuario, maquillaje, guión, musicalización, colores y otras cuestiones que constituyen lo que se puede y lo que no se puede hacer en esa producción.

Asimismo, se analizan en profundidad las páginas web que constituyen el dispositivo comunicacional al universo TED y, en particular, al proyecto TED-ED, que son:

- <https://www.ted.com/>
- <https://tedxriodelaplata.org/>
- <https://clubesteded.org/>

La primera es la que introduce a la organización a nivel global y ofrece acceso a las más de 3900 charlas de hasta 18 minutos disponibles en video, con un menú de recomendaciones y la información institucional (historia, misión, objetivos y expansión) del programa (punto que se revisa más adelante en este trabajo).

El sitio web de TedX Río de la Plata (<https://tedxriodelaplata.org/>), que presenta al proyecto a nivel local, de forma independiente (la x indica que se trata de un evento TED organizado de modo independiente, que guarda similitudes y se ajusta al formato Biblia pero se organiza de modo independiente con un equipo local).

La página de los clubes TED-ED (<https://clubesteded.org/>), inmediatamente relacionada con el sitio de TedX Río de la Plata, que se presenta como una iniciativa educativa que despliega el formato de TED y TEDX.

Por último, se estudia en detalle la Resolución Ministerial RSICE - EE04320020-APN-SECIYCE#ME/17 - AUSPIO- Clubes TEDEd, del año 2017, a través de la cual el Ministerio de Educación de la Nación, desde la Secretaría de Innovación y Calidad Educativa auspicia al Programa “¿Qué es Clubes TED-Ed? Y sus Capacitaciones para Docentes”.

Todos los documentos señalados fueron analizados empleando técnicas de *close reading* (Brummet, 2018) organizando grillas conceptuales que vinculan algunos términos clave que organizan esta tesis, por ejemplo, ideas, entusiasmo, transformación, experiencias transformadoras, empoderamiento, innovación, participación, empatía, entre otros. La propuesta es acercarse a estos textos desde una perspectiva que pueda leer su relación con las ideas de gobierno del yo y del capitalismo del siglo XXI. Bajo esta modalidad de análisis, el trabajo se centra “en los vínculos entre racionalidades, tecnologías, infraestructuras y agentes y los mecanismos sutiles y contingentes de producción de poder y conocimiento en las prácticas diarias” (Dussel y Acevedo, 2021, p.2).

### CAPÍTULO 3

#### LA HISTORIA DE TED

##### Una mirada genealógica

En esta primera instancia, nos detendremos a observar algunos componentes históricos que hacen al surgimiento y el crecimiento de TED, diferenciando dos momentos fundamentales. El primero, de la mano de Richard Saul Wurman, fundador de las conferencias a principios de los años ochenta en California. Un segundo momento, a partir de la llegada de Chris Anderson, que significó la masificación y la ampliación del alcance de TED, creando una variedad de programas que recorren actualmente el planeta.

TEDx es el nombre que llevan las subsidiarias que funcionan de manera independiente. La “x” hace referencia a un evento TED en la cual la sede central entrega unos lineamientos generales, pero cada uno funciona de manera autónoma. De aquí que los distintos nombres puedan corresponder a ciudades (TEDx Arequito, TEDx Esquel, TEDx Bariloche, etc.) o a las organizaciones que lo llevan adelante (TEDx UCA, TEDx Tenaris, etc.). La más distinguida y con mayor alcance a nivel local es TEDxRíodelaPlata, conocido por ser el evento TEDx que contaba, para 2018, con el récord mundial en asistentes (más de 10.000 personas). TEDx Río de la Plata se encuentra bajo dirección de la fundación Ideas que Transforman, que cuenta con la autorización para el armado de los clubes TED-Ed a nivel local.

El intento de crítica genealógica que llevaremos adelante en esta etapa está inspirado en la escritura foucaultea. El gesto consiste en “apreciar y describir con el mayor detalle posible, a partir de los documentos disponibles, todas las marcas sutiles y singulares de la práctica, sus contornos irregulares, la multiplicidad indefinida de sus rostros y sus voces, las mezclas que opera su saber, los paisajes y memorias abigarradas que la atraviesan” (Jacky Rossel en Alvaro et al, 2021, p.53). A partir de los documentos disponibles, describiremos las mezclas que hacen al saber que los Clubes TED-Ed dicen elaborar. Se trata de un ejercicio que entiende que no existe el grado cero, o la identidad originaria y que destaca la necesidad de ver los cruces, alianzas y

encuentros (García, 1998): “Lo que hay al comienzo no es unidad, sino dispersión, luchas de fuerzas, disputa entre distintas cosas. La genealogía va a buscar esos azares del comienzo” (García, 1998, p.102). Con estos fines, es imprescindible concebir nuestro objeto como una síntesis continua de una multiplicidad, una condensación de fuerzas heterogéneas. En ese sentido, entendemos el estudio genealógico como una actividad que pretende acercarse a la pregunta sobre “cómo surgen, se desarrollan, se multiplican y se transforman las relaciones de poder a partir de otros elementos y dimensiones” (Castro, 2018, p.188).

La atención aquí no estará puesta, exclusivamente, en el surgimiento de TED como una expresión de la ideología californiana. Intentaremos mostrar una determinada situación de fuerzas que permiten que los Clubes TED-Ed Argentina se posicionen como uno de los programas educativos de iniciativa privada con mayor alcance en la educación. Entre 2015 y 2020, 50.000 adolescentes participaron del programa, lo que incluye más de 1300 escuelas y la capacitación por parte del equipo de Clubes TED-Ed de más de 6500 docentes (Clubes TED-Ed, 2021). Solo para el año 2020, el programa se llevó adelante en más de 800 escuelas del país, sumando 16.000 estudiantes y 2400 docentes.

Entendemos que Clubes TED-ED podría pensarse como un aparato pedagógico que dice avalarse por el discurso científico y a la vez produce conocimiento (investigaciones, papers, libros, etc.) que revaloriza a su organización. De este modo, reivindicamos el valor del trabajo genealógico en tanto trata de una insurrección de los saberes

No tanto contra los contenidos, los métodos o los conceptos de una ciencia, sino una insurrección, en primer lugar y ante todo, contra los efectos de poder centralizadores que están ligados a la institución y al funcionamiento de un discurso científico organizado dentro de una sociedad como la nuestra. Y en el fondo importa poco que esta institucionalización del discurso científico cobre cuerpo en una universidad o, de una manera general, en un aparato pedagógico, que esta institucionalización de los discursos científicos cobre cuerpo en una red teórico comercial como el psicoanálisis o en un aparato político, con todas sus aferencias, como en el caso del marxismo. La genealogía debe librar su combate, sin duda, contra los efectos de poder propios de un discurso considerado como científico. (Foucault, 2014; p. 23)

No se trata de asumir una búsqueda por verdades sustanciales o poner al descubrimiento relaciones que yacen debajo de la superficie. La profundidad de la revelación propuesta por la genealogía radica en que no existe una verdad detrás de la escena, un elemento

subyacente que se esconde de nuestros ojos:). “Los sujetos no existen primero para después entrar en combate o armonía. En la genealogía, los sujetos emergen en el campo de batalla y desempeñan sus papeles, allí y solo allí” (Dreyfus y Rabinow, 2017, p.203).

La genealogía trata de seguir “la filial compleja de la procedencia”, sosteniendo lo que pasó en “la dispersión propia, percibiendo las desviaciones, los fallos, los malos cálculos con el objetivo de descubrir que en la raíz de lo que conocemos y de lo que somos no están en absoluto la verdad ni el ser, sino la exterioridad del accidente” (Foucault, 1979, p.13). La propuesta genealógica “estudia la formación a la vez dispersa, discontinua y regular de los discursos” (Castro, 2018) bajo tres reglas metodológicas:

el principio de discontinuidad (tratar los discursos como prácticas discontinuas, sin suponer que debajo de aquellos en efecto pronunciados existe otro discurso, ilimitado, silencioso y continuo, que es reprimido o censurado), el principio de especificidad (considerar que los discursos constituyen una violencia que ejercemos sobre las cosas y que no hay providencia prediscursiva) y el principio de exterioridad (no ir hacia el núcleo interior y escondido del discurso, el pensamiento, la significación; dirigirse, en cambio, hacia sus condiciones externas de aparición).- (Castro, 2018; p.187)

### El Nacimiento de TED y el rol de Richard Saul Wurman

TED nació en 1984, de la mano de Richard Saul Wurman, con una serie de conferencias que se extendieron a lo largo de cuatro días en California. Su principal objetivo era juntar a las “grandes mentes” en materia de tecnología, entretenimiento y diseño (de ahí la sigla TED) para que pudieran exponer las grandes promesas, problemas y desafíos para el nuevo milenio.

El primer evento dirigido por Wurman y por su entonces socio, Harry Marks, incluyó una demostración del CD de la mano de Mickey Schulhof, de Sony Corporation. Si bien había sido lanzado al mercado en el año 1982, los discos no contaban con la popularidad esperada por los directivos de la empresa japonesa. En ese mismo día, también se habló del e-book (libro electrónico) y de los prometedores avances hechos en materia gráfica y efectos especiales que para ese entonces sorprendían al mundo por medio de la empresa Lucasfilm, adquirida luego, en 2012, por Disney en más de cuatro mil millones de dólares. Las conferencias se completaron con

una presentación del matemático Benoit Mandelbrot sobre su teoría de los fractales y su aplicación para trazar mapas de las costas.

Para esos momentos, la cuestión emprendedora comenzaba a tener cada vez más fuerza en los discursos oficiales de los Estados Unidos. En un discurso de mayo de 1985 transmitido por televisión, Ronald Reagan, por entonces presidente de los Estados Unidos, discutía públicamente lo que denominaba el problema de los impuestos, a la vez que exigía a cada uno de los individuos habitantes del territorio del país hacerse cargo del futuro de la nación:

Para los jóvenes estadounidenses que se preguntan esta noche, adónde iré, qué haré con mi futuro, tengo una sugerencia: ¿Por qué no emprender con sus amigos el camino de la aventura y tratar de iniciar su propio negocio? Siga los pasos de esos dos estudiantes universitarios que lanzaron una de las grandes firmas de computadoras de Estados Unidos desde el garaje detrás de su casa. Usted también puede ayudarnos a abrir las puertas a un futuro dorado. Ustedes también pueden convertirse en líderes en esta gran nueva era de progreso: la era del emprendedor. (Reagan, 1985)

Reagan daba por iniciada la era del emprendedor, a la vez que publicaba, bajo su nombre, un artículo titulado “Why this is an Entrepreneurial Age”, donde estimulaba a los ciudadanos a crear su futuro.

Volviendo a la conferencia inaugural de TED, como destaca su página web en relación a su primer evento, a pesar del “elenco estelar”, perdieron dinero y pasaron seis años antes de que los socios lo volvieran a intentar. Wurman era, en ese entonces, un conocido diseñador gráfico y arquitecto que tenía como objetivo comunicar la complejidad de los lenguajes vinculados a la tecnología, el entretenimiento y el diseño de manera clara y entendible. Bajo su dirección, las conferencias apuntaban a llevar las novedades y las innovaciones del mercado a un espectro más amplio de personas y que no sólo incluyera a los emprendedores y corporativos a cargo (Ingraham, 2020).

Para la siguiente (charla) en 1990, le fue mucho mejor y para la tercera se había vuelto tan popular que las conferencias anuales subsiguientes se agotaban con un año de anticipación. Las conferencias TED a cargo de Wurman fueron una venta de garaje de curiosidades a disposición pública, muchas de ellas convertidas luego en pilares comerciales y culturales. Algunas de las primeras demostraciones publicaciones de la computadora Macintosh original, los CDs, el Adobe Photoshop, el Segway o las animaciones innovadoras detrás de la película Shrek, debutaron como Charlas TED. La revista Wired comenzó siendo una charla de lobby entre los que participaban de la conferencia. Incluso Larry Page y Sergey Brin hicieron sus primeros esfuerzos en publicitar Google en una charla TED. Celebrities como Frank Gehry, Herbie Hancock, Bill Gates, el Dalai Lama, Steve Jobs, entre otros participaron como oradores



y luego permanecieron en las charlas como parte de la audiencia. (Ingraham, 2020, p.33)

Los primeros intentos significaron un fuerte posicionamiento en relación al mundo emprendedor y se destacaron por ofrecer los lanzamientos de productos de la época, al mismo tiempo que funcionaban como sitio de intercambio de las ideas bajo los mandatos del mercado y los avances tecnológicos que se presentaban desde California. Bajo la conducción de Wurman, se vendía el ideal de “un intercambio libre de ideas a un precio que aseguraba que sólo aquellos incluidos en la élite económica e intelectual permanecieran ahí” (Ingraham, 2020, p.35). Estos ideales acompañan la visión neoliberal y la construcción de un saber que llega de arriba hacia abajo (Ingraham), y al que solo se accede pagando una gran suma de dinero o bajo una invitación que se justifique por la posición dentro de ese mercado. Esta tendencia de arriba-abajo cambiará con la asunción de Chris Anderson como CEO.

Los oradores de TED para ese entonces, como vemos en la lista, incluían a grandes empresarios del momento, líderes espirituales, políticos y científicos, algunos devenidos filántropos, mayormente asentados en Silicon Valley y sus alrededores. Cuando las conferencias se convirtieron en un evento anual en Monterrey, California, bajo el mando de Wurman, unieron a personas de muy diferentes disciplinas a partir de su “curiosidad y apertura mental, y también por el descubrimiento compartido de un secreto apasionante” (TED).

Eran tiempos de la net economy, la dotcom-manía, el lanzamiento del protocolo HTTP por Tim Berners Lee, conocido como el origen de la World Wide Web, y el High Performance Computing Act, propuesto por el entonces senador Al Gore. También aparece, en 1993, la revista Wired (gran difusora de los eventos), una publicación semanal independiente que combinaba la fascinación acompañó el nacimiento y la expansión de la economía digital por las tecnologías digitales y el entusiasmo por las iniciativas empresariales, al mismo tiempo que celebraba el uso de las computadoras y la llegada de Internet (Sadin, 2018). Todos estas claves responden a la “ideología californiana”, aquella que Wired se ocupó de popularizar y difundir, intentando reflejar “simultáneamente las disciplinas de la economía de mercado y las libertades del artesano hippie.... ¿Quién hubiera creído que semejante mezcla contradictoria de determinismo tecnológico y de individualismo libertario se convertiría en la ortodoxia

híbrida de la era de la información?” (Barbrook y Cameron citado en Sadin, 2018, p.70). Este producto de hibridación, que liga la contracultura hippie de los sesenta y el entusiasmo de los nuevos empresarios californianos que sostienen firmemente los principios del libre comercio, tuvo un gran impacto a nivel mundial que permitió la difusión de la ideología californiana (Durand, 2021). En este sentido, TED se posicionó, rápidamente, como un aparato de difusión de las novedades y las visiones surgidas en la costa oeste de los Estados Unidos.

En 1983 apareció en la portada de la revista Time, por primera vez, la idea de una New Economy, que señalaba la transición de una época basada en la industria pesada a una nueva economía basada en las tecnologías. Sin embargo, fue Kevin Kelly<sup>6</sup>, el editor de la revista Wired, quien popularizó el término. En el número publicado el 1 de septiembre de 1997, Kelly destaca 12 principios bajo el nombre de las “nuevas reglas para la New Economy”. También son tiempos de la Progress and Freedom Foundation (PFF), creada en 1993 y luego disuelta en 2010:

[La PFF es un] actor clave para la cristalización de una ideología de derecha asociada a la revolución digital. Financiada por las grandes empresas de la informática, de las comunicaciones y de los medios como Microsoft, AT&T, Walt Disney, Sony, Oracle, Vivendi, Google y Yahoo!, esta organización se ocupa de influir a los decisores políticos y a la opinión pública sobre las cuestiones tecnológicas, combinando una perspectiva clásica y una apreciación entusiasta de la revolución digital. Los días 23 y 24 de agosto de 1994 la PFF organiza en Atlanta una conferencia titulada “Cyberspace and the American dream”, que desemboca en una obra subtitulada “A Magna Carta for the Knowledge Age”. (Durand, 2021, p.32)

La carta está firmada por Esther Dyson<sup>7</sup>, George Gilder, Alvin Toffler y George Keyworth. Los primeros tres son comentaristas, inversores, escritores de Wired; el restante, ex consejero científico de Ronald Reagan. En aquella carta se señala la importancia del surgimiento de la era de la información, “la caída de la materia”, el espacio cibernético como territorio universal y los programas informáticos como territorios de conocimiento que cada uno está en condiciones de explorar (Durand, 2021). El texto finaliza con una serie de argumentaciones apelando a nociones de Ayn

---

<sup>6</sup>Kevin Kelly cuenta con más de cuatro charlas TED que se llevaron a cabo en los años, 2006, 2008, 2010 y 2016, vinculadas al futuro de la web, la tecnología y la inteligencia artificial.

<sup>7</sup> A cargo de una charla en un evento TEDx en el año 2010. Su descripción en la página de TED menciona su presencia en los eventos de TED en el año 2007 y en el 2008. También se la destaca por sus inversiones en empresas de tecnología como Flickr y Medstory, vendidas a Yahoo! y Microsoft, respectivamente.

Rand, cuestión que volvería a aparecer en discursos posteriores de la PFF, exigiendo la necesidad de apoyarse en el mercado y en la autorregulación.

La influencia de Rand en la construcción de las finanzas y en la economía de la información ligadas a la alta tecnología de California se narra en el primer episodio del documental de Adam Curtis, *All Watched Over by Machines of Loving Grace* (2011). Siguiendo la teoría objetivista de Rand, la idea de perseguir los objetivos egoístas es la vocación más alta a la que pueden aspirar los seres humanos y la racionalidad es el motor fundamental para una sociedad próspera y autoorganizada. Al mismo tiempo, Curtis narra una serie de historias que muestran cómo los californianos utópicos buscaron cambiar el mundo a través de arreglos tecnológicos basados en el hiperindividualismo. También comenta la influencia de Rand sobre Alan Greenspan, presidente de la Reserva Federal de los Estados Unidos entre 1987 y 2006, uno de los arquitectos principales del sistema financiero moderno y promotor de la fantasía de la New Economy (Bigger y Rossi, 2011).

Frente a este fervor de ideas transformadoras atadas al desarrollo de las tecnologías digitales, también aparecieron miradas críticas y menos celebratorias del mundo que se confirmaba. Según Marazzi (2014), el éxito de las empresas high-tech y la posterior crisis bursátil pueden explicarse por la atracción que ejercen las nuevas tecnologías en el imaginario colectivo. El economista suizo-italiano menciona que las nuevas tecnologías combinan fenómenos que se pueden atribuir “a la nueva cultura californiana y a los procesos de reestructuración de los modos de producir y de trabajar” cuyo punto de intersección es “la comunicación, el lenguaje, la capacidad de estas “máquinas lingüísticas” de entrelazar tramas comunicativas horizontales absolutamente inéditas” (Marazzi, 2014, p.51). Siguiendo al autor de *Capital y Lenguaje*, a partir de la revolución asociada a la masificación de las computadoras y, posteriormente, de internet en los hogares

La multiplicidad de las creencias individuales “elige” la New Economy como modelo de interpretación de los hechos, de las elecciones, de las decisiones, porque la fusión entre nuevas tecnologías y financierización representa para bien y para mal la experiencia de millones de personas... (Marazzi, 2014, p.51)

En sentido análogo, Franco “Bifo” Berardi destaca que “el consumo, la emoción, el trabajo, la relación, el lenguaje... todo esto está en juego cuando hablamos de la

convergencia hipermediática” (2019, p.36). Al mismo tiempo propone que la promesa de felicidad recorría la cultura de masas a partir de la publicidad y la ideología económica de la New Economy, siendo los estados mentales el producto específico y esencial de la producción global: “Uno de los efectos de la *new economy* en el terreno ideológico consiste precisamente en la asimilación de estos discursos y en la transformación de la publicidad en una especie de paradigma de pensamiento económico y de acción política” (Berardi, 2019, p.51). A partir de los pilares de la economía liberal, con un expreso culto por el éxito y el beneficio, y difundida por el discurso publicitario se ha llegado a imponer lo que Berardi define como una ideología de la felicidad. Bifo trae al centro de la escena la discusión sobre la felicidad como objeto ideológico importante, con un discurso que postula la obligatoriedad de ser feliz y la importancia de seguir reglas y modelos de comportamiento para alcanzar ese objetivo (Berardi, 2019, p.53). Al mismo tiempo, plantea que “[l]a historia del pensamiento ilustrado y del positivismo ha introducido en la cultura moderna la convicción o, más bien, la ilusión de que el progreso científico, económico y tecnológico tienen el efecto de extender la felicidad humana y consolidar sus bases hasta generalizarla” (p.54).

Martín Seligman fue orador TED en el 2004, al igual que Mihaly Csikszentmihalyi, antes de que la organización se expandiera al mundo con sus subsidiarias denominadas TEDx y sus eventos globales. La página de TED define a Seligman como “el fundador de la psicología positiva, un campo de estudio que examina los estados saludables, como la felicidad, la fuerza de carácter y el optimismo” (TED). Su conferencia TED sobre esta disciplina cuenta con más de 6,6 millones de visualizaciones. En cuanto a Mihaly Csikszentmihalyi, lo describen como quien contribuyó con su trabajo pionero a la comprensión de la felicidad, la creatividad, la realización humana y la noción de "flujo", un estado de mayor concentración e inmersión en actividades como el arte, el juego y el trabajo. Su charla “Flujo: el secreto de la felicidad” tiene más de 6,8 millones de reproducciones. Allí se pregunta “¿Qué hace que una vida valga la pena?” (TED).

Seligman fue nombrado presidente de la APA (asociación de psicología estadounidense, por sus siglas en inglés) en 1996. Para esos años, científicos, coaches y otros profesionales de la felicidad y el bienestar humano comenzaron a hablar el mismo

lenguaje, alegando que toda persona podía recurrir a uno de estos expertos para sacar el máximo partido de sí. Tal cual revelan Illouz y Cabañas (2019), durante los últimos años de los 90 y principios del 2000 se multiplicaron por 10 las producciones académicas en materia de emociones positivas, bienestar subjetivo, fortalezas y virtudes del carácter, crecimiento personal y optimismo abarcando una amplísima variedad de disciplinas. Con este crecimiento, fueron ganando un grado cada vez mayor de credibilidad y legitimidad a la vez que creció el interés económico, empresarial, terapéutico, educativo y político sobre el tema.

La teoría sistémica de la creatividad, siguiendo a Mihaly Csikszentmihalyi, define para las personas creativas una serie de características que también están relacionadas con la psicología de la felicidad:

La persona creativa dispone de una gran cantidad de energía, pero es, a la vez, tranquila y distendida; reúne en sí ingenuidad y sofisticación; puede pensar al mismo tiempo en forma convergente como divergente; une la disciplina con lo frívolo y sentido de responsabilidad con libertad; puede cambiar entre la fantasía desbordada y el sentido de realidad; reúne extroversión e introversión, humildad con orgullo, la ambición y el altruismo y los atributos “masculino” y “femenino”; tiene visiones a su vez tradicionales y conservadoras y rebeldes e iconoclastas; emprende con pasión su trabajo, pero a la vez puede enfrentarse al mismo con objetividad; es, en un alto grado, sensible frente al dolor y sufrimiento, pero también son capaces de una profunda alegría. (Bröckling, 2015, p.175)

La conciliación de los opuestos que propone Csikszentmihalyi, dice Bröckling, puede ser leída como una invocación que debería provocar una sensación permanente de insuficiencia, como se explica a partir del subtítulo de su libro *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*: “De cómo usted puede lograr lo imposible y superar sus limitaciones” (Bröckling, 2015, p.175). Este tipo de sujeto se encuentra en constante movimiento para superar tales exigencias contradictorias, sabiendo que siempre existen otras maneras de hacer las cosas. De esa forma, “nunca alcanza su meta: el cambio de un registro al opuesto siempre está asociado a pérdidas por resistencia, el balance entre los extremos queda lábil, la diversidad de las conductas nunca es lo suficientemente amplia” (Bröckling, 2015, p.176). Siguiendo el análisis del sociólogo alemán, los aportes de Csikszentmihalyi recurren a una dimensión social de la creatividad, pues, si bien el peso cae sobre el individuo, nunca se es creativo en soledad.

La popularidad de este tipo de teorías y programas fueron acompañadas por libros de autoayuda, que permitieron popularizar el pensamiento creativo y las vidas creativas, con Csikszentmihalyi y Edward de Bono como principales ejemplos de autores que abarcan las dos áreas (Pope, 2005). Estas presentaciones abarcan la esfera académica y la divulgación popular, y sus principales áreas fueron los negocios y la educación. Siguiendo el trabajo de Cabañas y Huertas (2014) sobre la literatura de autoayuda y la psicología positiva, existe una notable semejanza entre los modelos y las conceptualizaciones de sujeto que ambos presentan. Si bien cada uno tiene una forma particular de concebir sus objetos, ambos refieren al autocontrol, el autoconocimiento, la autodeterminación y el autocultivo “inherentemente relacionadas con una idea individualista y universalista de felicidad... y (con aspectos tales como) la autenticidad, el florecimiento personal, la salud, el rendimiento escolar y profesional, etc” (Cabañas y Huertas, 2014; p.2). También señalan, que muchas de estas iniciativas han sido promovidas por los talk shows, un formato que TED parece haber adoptado.

#### El mandato de Chris Anderson

Anderson fue uno de los fundadores de la empresa Imagine Media que llegó a emplear a más de 2000 personas y a tener 150 publicaciones mensuales distintas, entre websites y revistas impresas. Fundada en Inglaterra en 1985 bajo el nombre de Future Plc, se encargó durante sus primeros años de difundir las novedades de la industria de los videojuegos, al mismo tiempo que fue una de las pioneras en incluir discusiones en materia de software libre. Su primera revista fue Amstrad Action, destinada a los usuarios de las Amstrad CPC (un tipo de computadora personal) y de la consola GX4000. Durante los primeros años de los ochenta, Anderson ya había estado a cargo como editor de dos revistas de menor impacto relacionadas al mundo de las consolas y los videojuegos.

En 1994, con la compra de GP Publications, Future Plc desembarcó en el mercado estadounidense, con el nombre de Imagine Media (luego Future Us Inc). Ese mismo año Anderson decidió vender la compañía en más de 50 millones de libras, para recomprarla en 1998 a más de 140 millones, junto a un grupo de socios. La revista que alcanzó mayor popularidad fue Business 2.0, con sede en San Francisco y fundada en

1998, que buscaba difundir y relatar el surgimiento de la New Economy. Esa sección de negocios fue adquirida por Time Inc. en el año 2001, empresa que luego formaría parte de Time Warner. Abandonaría el negocio, definitivamente, en 2001.

El modelo de Chris Anderson en TED empezó a gestarse previo a su salida de Future Network. Según el periodista Nathan Heller, la compra de lo que entonces se llamaba TED Conferences se llevó adelante por 12 millones de dólares, con el objetivo de ir más allá de los negocios de la prensa escrita. A finales de 2001, tras la salida de Anderson de Future Network, TED fue adquirida por la Sapling Foundation, que él presidía, en unos seis millones de dólares. Esta última organización surgida en 1996 tenía como objetivo central

proporcionar una plataforma para pensadores, visionarios y maestros, para que las personas de todo el mundo puedan comprender mejor los problemas más importantes que se enfrenta y alimentar el deseo de ayudar. El núcleo de este objetivo es la creencia de que no hay mejor fuerza para cambiar el mundo que una idea poderosa. (Sapling, 2005)

Para ese entonces, TED era un congreso anual que se llevaba adelante en California donde asistían alrededor de 800 personas. En febrero del 2002 se celebró la última serie de conferencias organizadas por Wurman, donde Anderson se presentó ante el público como orador de la charla que tituló “Transición sin fines de lucro”<sup>8</sup>, con Jeff Bezos dentro del público. Su objetivo era convencer a los espectadores de que las conferencias tenían un futuro asegurado si se convertían en una entidad sin fines de lucro basada en las ideas (TED). Muchos de los asistentes de aquella primera charla venían de sufrir enormes pérdidas en sus negocios, tras la crisis de las puntocom, mientras que el mismo Anderson había fracasado con su empresa.

Su particular forma de concebir el fracaso no es una cuestión menor, en clara relación con los términos neoliberales que venimos describiendo. Se trata de un fracaso que incluye un tipo de vitalismo, plagado de figuras del coaching, manuales de autoayuda y libros sobre las buenas prácticas del emprendedor. Esta forma que define Anderson, y que sigue la lógica de los grandes billonarios del planeta, en especial de Jeff Bezos, sugiere que el fracaso

abre la posibilidad de un espacio cuantificable para corregir el camino y redireccionar (...) en el que todo futuro es un pasado ya programado, direccionado, calculado, valorizado. La lógica triunfalista del emprendedor exitoso incorpora el fracaso como un dato, compone el flujo para conocer dónde y qué traba, para redireccionar todo en clave

---

<sup>8</sup> La charla está disponible aquí: [https://www.ted.com/talks/chris\\_anderson\\_ted\\_s\\_nonprofit\\_transition?language=es](https://www.ted.com/talks/chris_anderson_ted_s_nonprofit_transition?language=es)

exitista. Trata al fracaso como parte de las condiciones de un problema, como si pudiera pensarse en términos ingenieriles, binarios, matemáticos, de una fórmula. Todo esto para que el armado de la empresa del YO sea eficiente. (Colectivo C4xiv4)

Anderson define una gran variedad de ejemplos donde el “poder de la palabra” lleva a *casos de éxito* dentro del mundo empresarial, que le permitieron observar la importancia de convertirse en un buen orador. Asimismo, en aquella charla define a TED como el sitio donde convergen distintas ideas provenientes de una gran variedad de disciplinas, y que la organización tenía para aportar felicidad (Anderson, 2016). En su libro *Charlas TED. La guía oficial para hablar en público* se puede observar algunas pautas que resultan determinantes para comprender, no solo lo que sería el futuro de su organización, sino también de qué manera se expresa la filosofía propia de la cultura emprendedora californiana:

Además la tecnología abre nuevas vías. Vivimos en una era en la que para causar un gran impacto no hace falta que nos dirijamos a miles de personas a la vez. La repercusión la puede lograr alguien que hable en voz baja ante una cámara de video. Internet hará el resto.

La competencia en exposición oral no es un extra opcional al alcance de unos pocos. Se trata de una aptitud fundamental para desenvolverse en el siglo XXI. Se trata de la manera más impactante de compartir lo que eres y lo que te preocupa. Si aprendes a hablar en público aumentará la confianza en tí mismo, y seguramente te asombrará descubrir el efecto beneficioso que puede para tu éxito en la vida, sea esta lo que tu decidas que sea. Si te comprometes a ser auténticamente tú, estoy seguro de que serás capaz de sacar partido a ese arte antiguo que llevamos instalado en nuestro interior. Sencillamente debes armarte de valor para intentarlo.

Los cambios introducidos por Anderson llevaron a TED a convertirse en una marca reconocida mundialmente. En el año 2005, comenzaron a celebrarse las conferencias TED Global en distintos lugares del planeta. Luego, sumaron una premiación anual, TED Prize, que entregaba originalmente 100.000 dólares a tres personas, y desde 2010 comenzaron a elegir un único ganador a quien le aportarían 1.000.000 de dólares. A partir de “la visión, el pragmatismo y el liderazgo” de los ganadores, TED se comprometía a “ayudar al ganador a llevar a adelante su ambicioso deseo... El premio fue diseñado con el objetivo de apoyar la construcción de la infraestructura de un proyecto global, con personas de todo el mundo aportando tu acción colaborativa” (TED). Tal como solía marcar la página web, dentro de los consejeros de TED figuraban Jackie Bezos, Melinda French Gates y Salman Khan, actuales consejeros de TED Ed.



No es menor señalar que tanto Bill Gates como Jeff Bezos han llevado adelante sus respectivas charlas en diversas ocasiones (Gates cuenta con 9 charlas realizadas). En el caso de esta “filantropía de alto dólar” el financiamiento de las organizaciones que eligen está determinado por la presunta capacidad creativa, emprendedora y la originalidad de las personas que eligen intentar un “cambio a nivel mundial” (Azcurra Mariani, 2019, p.6).

El cambio más profundo se llevó adelante en el año 2006 en una decisión conjunta entre Anderson y June Cohen, ex vicepresidenta de contenido de uno de los primeros sitios web lanzados por la revista Wired, HotWired.com, donde se encargó de pensar la forma de volverlo rentable y lanzar innovaciones (membresías, banners publicitarios, discusiones de noticias, etc.). El lanzamiento del sitio web de TED en junio de 2006, vino acompañado de la decisión de poner a disposición todas las charlas de manera gratuita con el objetivo de asegurar el acceso a todas las personas que lo quisieran. Las primeras seis conferencias que se publicaron incluyeron a Al Gore (ex vicepresidente de los Estados Unidos), Ken Robinson (asesor del gobierno británico en materia de educación, entre otras cosas) y Tony Robbins (escritor de libros de desarrollo personal, coach y filántropo). La decisión de Cohen, por entonces productora ejecutiva de TED Media, significó un cambio radical para la marca TED, dando lugar a lo que mundialmente se conoce como TED talks o charlas TED. De esta forma, se propusieron desestimar la idea de transmisiones masivas en televisión y alojaron sus recursos en la por entonces incipiente YouTube (lanzada en el 2005), el propio sitio web y la plataforma iTunes:

En noviembre de 2012, las visualizaciones discretas de las charlas en el sitio web de TED eclipsaron la marca de mil millones en todo el mundo, lo que significa que las charlas de TED fueron vistas por una audiencia global 1,5 millones de veces al día, en una marca de diecisiete videos vistos por segundo. Estos números sólo han aumentado, ya que TED Talks no solo están disponibles en el sitio web de TED. Ahora se transmiten en Netflix, en la televisión de la BBC, se convierten en podcasts, se reproducen en NPR, se pueden descargar en línea y se pueden ver en los respaldos de los asientos de los aviones. Además, se han traducido con subtítulos a más de cien idiomas. (Ingraham, 2020, p.35)

La otra decisión de gran impacto para transformar a TED en una marca global, dentro de la gran cantidad de secciones de negocios abiertas en esos primeros años de conducción de Anderson, fue TEDx. Este lanzamiento significó la realización de eventos TED de forma independiente de la organización central, bajo una licencia

gratuita siguiendo lineamientos generales proporcionados por la casa matriz. Actualmente, cada uno de estos eventos incluye una gran cantidad de oradores y una audiencia cada vez mayor, resultando, según datos hasta el año 2019, en aproximadamente 65.000 charlas en más de 3000 ciudades, que alcanzan los 170 países (Ingraham). Y, según menciona Gallo (2017), cada día se celebran más de 5 eventos de estas características alrededor del planeta.

### El método TED

Al día de hoy, tres libros fueron traducidos al español con el objetivo de dar a conocer el método que utiliza la organización TED para preparar a los oradores. El primero, de Chris Anderson, es conocido como *Charlas TED* (2016), y fue mencionado anteriormente. El segundo es de Carmine Gallo, denominado *Hable como en TED* (2017). Gallo se define como especialista en presentaciones y como el líder de Gallo Communications, una empresa de comunicación que asesora a las multinacionales más grandes del mundo como Google, LinkedIn e Intel, entre otras. El restante es de Jeremy Donovan, publicado como *El Método TED para Hablar en Público* (2016). Donovan fue el organizador de TEDxMillRiver en los tres eventos que se llevaron adelante entre el 2012 y el 2013, y ha sido vicepresidente de ventas y marketing en diversas compañías.



Los tres libros que arman la biblia para dar una charla TED

Fuentes: Conecta, Paidós y Ariel.

Los tres libros funcionan como un manual. Sus respectivos subtítulos entregan una señal de esta condición: *La guía oficial de TED para hablar en público* (Anderson), *Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores* (Gallo), *Los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo* (Donovan). En su carácter de manual, afirman su saber como legítimo, cierto, sin necesidad de demostración y se expresan a partir de la eficacia que dicen tener los resultados objetivos, concretos, propios de los métodos que proponen (Papalini, 2015). Al mismo tiempo, ofrecen una técnica, “un conjunto de procedimientos normados y al alcance de una colectividad, tendientes al logro de un objetivo determinado; se trata de recursos más o menos sencillos, fuertemente tipificados, accesibles al conjunto social” (Papalini, 2015, p.160). Los libros incluyen una serie de ejemplos de prácticas exitosas, demostraciones de conductas deseadas, contraejemplos de aquellas que no resultan beneficiosas. De este manera, estas guías TED presentan una relación con la literatura de gestión empresarial que practican el exemplum, donde se “selecciona los casos según su virtud demostrativa –lo que hay que hacer frente a lo que no hay que hacer– y no retiene de la realidad más que los aspectos que le permite confirmar la orientación que desea impulsar” (Boltanski y Chiapello, 2002, p.99).

Tanto el libro de Donovan como el libro de Gallo sugieren un camino para hablar en público o “hablar como en TED”. La primera edición del libro de Donovan consistía de 14 capítulos, donde 13 de ellos explican un *Cómo*: “Cómo elegir el tema”, “Cómo idear un eslogan gancho”, “Cómo contar historias”, “Cómo concluir la charla”, etc. La edición ampliada del libro de Donovan cuenta con 22 capítulos de una estructura muy similar. En cuanto al libro de Gallo, se divide en 3 partes (Emocionantes, Originales y Memorables), cada una con 3 capítulos que proponen indicaciones o tareas para transformarse en un orador TED. En el caso del libro de Anderson, su división apela a la secuencialidad. Las 5 grandes secciones (fundamentos, herramientas para las charlas, proceso preparatorio, en el escenario y reflexión), están dadas por los pasos que debe atravesar cualquier conferencista.

Otro de los elementos que definen estos libros es la idea de que cualquier persona tiene algo para decir. El centro está puesto en el yo, en las capacidades individuales para componer la propia historia como una marca, destacando las bondades de la confianza en sí y la importancia de la autorrealización:

Tal vez lo que ocurre es que no tienes confianza en ti mismo. Aquí se da una paradoja: siempre has sido tú, y solo tú te ves a ti mismo desde dentro. Lo que los demás encuentran extraordinario de ti, puede resultarte del todo invisible... En todo caso, tú tienes una cosa que no tiene nadie más en el mundo: tu propia experiencia en primera persona de la vida. Ayer viste una secuencia de cosas y experimentaste una secuencia de emociones que es, literalmente, única. Eres el único ser humano entre siete mil millones que tuvo esa experiencia singular. Así que... ¿puedes hacer algo con ellos? Muchas de las mejores charlas se basan simplemente en una historia personal y en una lección sencilla que puede extraerse de ella. ¿Has observado algo que te haya sorprendido? ¿Tal vez a dos niños jugando en un parque? ¿O has mantenido una conversación con alguien que haya perdido su vivienda? ¿Hay algo en lo que has visto que pueda resultar interesante a otras personas? Si no, ¿podrías imaginarte pasar las semanas siguientes con los ojos abiertos, consciente de la posibilidad de que una parte de tu viaje único pudiera resultar interesante y beneficioso para otros? (Anderson, 2016; p.38-39)

Donovan y Gallo también se posicionan en esta sintonía. El primero menciona que “cualquiera que tenga una idea digna de ser compartida es capaz de dictar una charla” (Donovan, año; p.) y que todos la tenemos, mientras que Gallo (2017) asegura que todos contamos con una pasión que podemos desarrollar y transmitir. Siguiendo a Donovan, se pueden encontrar tres categorías de oradores, que incorporan al menos quince personajes comunes. La categoría “educador” involucra conferencistas que Donovan identifica como inventor, científico de la vida, científico natural y científico social. Dentro de los artistas del espectáculo identifica al cómico, al mago, al artista visual, al escritor y al artista del espectáculo. Por último, en el grupo de los agentes de cambio incluye a activistas, autoridades, gurús de los negocios, exploradores, gurús personales y emprendedores sociales.

Las descripciones anteriores nos reponen cuestiones fundamentales del self-emprendedor. En este tipo de prácticas y saberes se afirma un tipo de régimen de subjetivación “cuyo poder consiste en transmitirle al ser humano una verdad sobre él y sobre la lógica de su conducta y de sus relaciones sociales” (Bröckling, 2015, p.25), donde la valorización y la racionalidad empresarial se extiende hacia la manera de componer su historia personal y los problemas que lo atraviesan. Anderson invita al sujeto (orador) a comportarse al modo de una empresa, donde es necesario desplegar estrategias de autonomización y responsabilización, al tiempo que es imprescindible llevar adelante una investigación de mercado para encontrar la forma de distinguirse. Encontrar algo para decir depende de la forma en que cada individuo puede desplegar su pasión, sus intereses, su mirada sobre lo cotidiano. Así, se extiende la lógica que se

impulsa desde el marketing y la publicidad, con un llamado a la acción individual, una combinación entre “Distinct... or extinct”, “I am what I am” y “Be spontaneous”.

El llamado a encontrar la marca que distinga lleva a TED a transformarse en un mercado de ideas e identidades, donde todas las palabras parecen tener el mismo valor. ¿Pueden convivir dentro de un mismo espacio ideas del tipo “cómo sentirte motivado”, “cómo mejorar tu rendimiento en el trabajo” con presentaciones sobre el racismo y la violencia? ¿Acaso estos términos son intercambiables sin ningún valor político de lo que se enuncia? ¿Qué significa que todas esas charlas circulen dentro del mismo dispositivo? ¿Se puede pensar la pobreza, la contaminación, los problemas de salud mental, los problemas de los sistemas educativos, y una enorme variedad de etcéteras, por fuera de cualquier lectura que incluya una relación entre lo político y lo sensible? ¿Existe una agenda de cambios que se encuentra por fuera?

Sztulwark (2019) define que las técnicas de gestión de la sensibilidad son una pieza central del dominio neoliberal actual. En este caso podemos pensar el proyecto TED, como un tipo de propuesta cultural “que depura el antagonismo de los órdenes psíquico y sociales, cauterizando aquellas emociones violentas que trae aparejada la política”, al tiempo que “institucionalizan el individualismo de mercado, los horizontes abstractos de la paz, protocolos estético-coloniales...” (Cuello, en Ahmed; 2019, p.16). El hecho de que TED prohíba las conferencias en temas que categorizan como políticos es también un indicio de cómo la organización reduce las ideas, los comentarios y las soluciones allí presentadas a un tipo de expresiones afectivas sin contexto, y sin relación con las condiciones históricas de los problemas que tratan (Cuello). Un movimiento que Sara Ahmed caracteriza a su vez “a partir de la formación global de agendas narcisistas propias de la cultura terapéutica del neoliberalismo que ofrecen la fetichización acrítica de las heridas como identidades políticas atomizadas y que colaboran así con la desmovilización popular y la desideologización de lo íntimo” (Cuello en Ahmed, 2019, p.17).

TED viene a plantear este tipo de soluciones a nuestros problemas contemporáneos bajo el lema de transformación mediante la comunicación de ideas que excluyan cualquier dimensión política. La extensión de este tipo de programas se apoya en “la espectacularización paroxista de la confianza, la creatividad, el diálogo, la voluntad y el sacrificio, en una subjetividad mediada por la matriz empresarial de la

verticalidad meritocrática”, que definen como contraproducente y tóxica toda relación con lo político (Ahmed, 2019, p.33). La idea de transformación que propone el programa no puede prescindir de la autotransformación, donde el sujeto se vuelve proyecto, y activa su productividad (Bröckling, 2015). Según Simons y Maschelein (2006), el emprendedurismo es la salida del ser humano de su improductividad, de la cual él mismo es culpable, y se origina en su falta de decisión y valentía para hacer uso de su capital. Si cualquiera es capaz de transformarse en un orador, entonces depende del individuo hacerse de este tipo de habilidades. De este modo, la competencia en expresión oral que proponen Anderson y Gallo se asocia a la iniciativa emprendedora: una terapia universal capaz de resolver todos los problemas, siempre que se deje de lado la política y se acompañe a cada individuo a conseguir el éxito y el desarrollo propio: “el empresario de sí mismo reconoce (...) que hay que descubrir y recoger”, que hay que asumir el riesgo y potenciar sus propias competencias (Bröckling, 2015, p.119).

Las citas a una serie de pensadores de Carmine Gallo muestran la relevancia de la autorrealización, la responsabilidad sobre sí y las virtudes del individuo emprendedor en el programa que prescribe TED. Las referencias a Ralph Waldo Emerson se explican a partir de que el célebre autor ponía la autorrealización en el centro de su programa ético-religioso y “proclamaba que todas las personas podrían mejorar sus condiciones de vida económicas y sociales con solo seguir sus voces interiores” (Brockling, 2015, p.191). Carmine Gallo recupera la frase del autor de *Confianza en uno mismo*: “Nada grande se ha conseguido sin entusiasmo” (p.51). Luego, explica que “los investigadores descubrieron que los individuos con un alto grado de carisma suelen expresar más emociones positivas en sus comunicaciones escritas y orales, como pasión, entusiasmo, ilusión y optimismo... también descubrieron que estas emociones son contagiosas y elevan el ánimo de la audiencia” (Gallo, 2017, p.51). Según Chris Anderson, la importancia de la voz y la competencia oral está determinada por el impacto que se puede generar en el público, el cual resume en ocho aportes: conexión, implicación, curiosidad, comprensión, empatía, entusiasmo, convicción y acción. Todas estas categorías las veremos presentes en el programa de Clubes TED-Ed en las escuelas.

Tanto Gallo como Anderson construyen un tipo de emocionalidad válida definida por términos como la empatía, el entusiasmo y la autenticidad. Cómo define Patti Lather (2008), la cultura personalizada, la identificación fácil y la empatía olvidan

la insuficiencia del pensamiento para con sus objetos. Al situarse en relación a la mismidad, los discursos que se presentan como empáticos construyen una fantasía de reciprocidad, experiencia compartida y diálogo que consolidan estructuras de discriminación. La organización californiana recupera un tipo de retórica centrada en la persuasión y ciertos criterios de verdad, que desconocen la posibilidad de no saber, la importancia de la duda, de la pregunta, multiplicando en los otros el efecto de mismidad (Lather, 2008). Esta idea también se expresa en la exigencia de “ser auténticamente tú mismo”, determinando al orador como alguien que puede alcanzar su máximo potencial descubriéndose a sí, impulsando sus virtudes y pasiones. La ayuda del coaching, siguiendo a los autores de los tres libros, es indispensable para dar conocer lo auténticamente propio. En su trabajo sobre la genealogía del coaching ontológico, Daniel Alvaro (2021) considera que la razón de la popularidad y expansión de esta disciplina “es la profunda afinidad entre todo aquello que este servicio ofrece como promesa, desde la posibilidad de una autotransformación infinita hasta el éxito y la felicidad, y aquello que las sociedades neoliberales de hoy en día demandan a los individuos en el marco de una determinada configuración racional, normativa y afectiva” (p.61).

Son muchos los ejemplos que usa Chris Anderson en los que los oradores narran algún tipo de método de la cultura terapéutica, donde definen técnicas asociadas a la felicidad, la motivación y el rendimiento recuperando el componente anecdótico. No es menor que 10 de las 20 charlas más vistas en la historia de TED están hechas por personas que se definen como expertos en técnicas de automejoramiento, en liderazgo y desarrollo de equipos, en autocompasión y mindfulness, coaches, maestros zen y oradores motivacionales.

Bajo estas condiciones, TED efectúa un mundo. Siguiendo a Maurizio Lazzarato (2017), es una condición a la que está subordinada la valorización capitalista, donde “la expresión y efectuación de los mundos y las subjetividades incluidas en ellos, la creación y la realización de lo sensible preceden a la construcción económica” (p.115). Si bien se presenta y da a conocer como una organización sin fines de lucro, las estrategias de Chris Anderson y June Cohen reflejan las lógicas propias del universo de Silicon Valley, que ya no persigue únicamente el desarrollo de un producto o servicio para su venta, sino el conocimiento de las expectativas de sus respectivos usuarios, sus

gustos, sus preferencias, sus tiempos, capaces de ser monitoreados a partir de sus dispositivos. Lazzarato define la importancia y el rol estratégico de las máquinas de expresión (la opinión, la comunicación, el marketing) en el capitalismo contemporáneo. El argumento del sociólogo italiano se relaciona con lo presentado por Deleuze, en su Post-Scriptum sobre las Sociedades de Control: “el departamento de ventas se ha convertido en el centro, en el alma, lo que supone una de las noticias más terribles del mundo. Ahora, el instrumento de control social es el marketing...” (Deleuze, 2005, p.283).

La sociedad de control presenta una dinámica económica que enlaza la competencia, la libertad individual y los requerimientos de mercado: “se reúnen como una forma de construcción de la subjetividad personal a la vez que como un regulativo moral: lo privado se legitima por encima de lo colectivo en tanto supone libertad de elección y eficacia” (Martinez, 2014, p.66). El hecho de que la empresa “tenga alma” está acompañada por la exigencia de que cada uno debe gestionar la vida al modo de una empresa, siendo capaces de promover estrategias de venta y comunicación que valoricen el yo.

En aquel célebre ensayo, Deleuze mencionaba la correspondencia entre los tipos de sociedad y los tipos de máquinas. Allí definía que las máquinas cibernéticas y los ordenadores se corresponden con las sociedades de control y de comunicación. En los comienzos de lo que algunos denominaron la web 2.0, empresarios y responsables de la cibercultura mencionaban que la meta era “ayudar a las personas para que creen y compartan ideas e información” (Sibilia, 2008, p.17). Lo particular de TED que describen los autores de los manuales es la combinación del hágalo usted mismo o conviértase usted mismo en orador y productor de contenido, con el mandato de muéstrese cómo sea (Sibilia, p.18), bajo el lema “todos tenemos algo que contar”. La proliferación de las redes sociales mantiene una relación particular con el tipo de comunicación que TED propone (Sarchman, 2020). Sarchman concluye que el rasgo característico de este tipo de charlas es la estandarización de ciertas modalidades del decir, donde todo tiende a valer lo mismo.

Tanto Carmine Gallo, resumido en la frase “una idea presentada de forma eficaz puede cambiar el mundo”, como Chris Anderson destacando que “la palabra hablada ha adquirido nuevos poderes”, parecen reducir los conflictos y los errores a problemas de



comunicación (Azcurra Mariani, 2019). Anderson sugiere que gracias a las posibilidades que brinda la conexión a internet se ha desatado una nueva revolución que ha “propiciado un renacimiento de la comunicación oral pública”, un tipo de competencia que cualquiera puede aprender y de la que cualquier puede beneficiarse. Siguiendo a Deleuze, podríamos pensar cómo la comunicación ya ha sido contaminada por los efectos del capitalismo contemporáneo: “Es posible que la palabra y la comunicación estén ya podridas. El dinero las penetra enteramente: no accidentalmente, sino por su propia naturaleza. Hace falta apartarse de la palabra. Crear siempre ha sido algo distinto que comunicar. Puede que lo importante sea crear vacuolas de no comunicación, interruptores para escapar al control” (Deleuze, 2005, pág?).

TED hace de la comunicación su máximo valor. Así, construye su programa de conferencias eliminando la posibilidad del diálogo. No hay lugar a la conversación, a la pregunta, a la discusión sobre el abordaje de lo que se presenta. A partir de su regla original de los 18 minutos este tipo de modalidad atada al rendimiento difiere de la idea de conversación que no es unívoca, que no apunta al convencimiento y que está a la espera de la respuesta del otro:

El mundo contemporáneo degradó la comunicación convirtiéndola en una mercancía, un instrumento de persuasión sin réplica, sin reciprocidad... La ideología de la comunicación (...) es la inversa: la interactividad, es decir, la liquidación de lo dialógico. En este tipo de relación ya no tenemos elección, las condiciones nos son dictadas; estamos lejos del silencio del orador en ágora dando entonces nacimiento a la réplica del auditorio. En la ideología de la comunicación no hay lugar para el otro, al que conviene reducir a uno mismo. Eliminación de toda alteridad en provecho de una persuasión... (Breton y Le Breton, 2011; p.33)

Las condiciones de TED están determinadas de antemano, pensadas con el objetivo de viralización, donde se elimina el silencio. La cuestión del tiempo es una decisión pensada para captar la atención y a partir de los cada vez más acotados tiempos de pausa. Si bien, actualmente, los videos que presentan en la página de TED oscilan entre los 3 y los 18 minutos en su mayoría, la regla de los 18 era clave para los creadores del método:

Es un tiempo lo bastante largo como para que parezca algo serio y lo bastante corto como para mantener la atención de la gente. Y además, esta duración también funciona muy bien online. Es el tiempo que dura una pausa para un café. Uno ve una gran charla y les envía el enlace a dos o tres personas. Así puede hacerse viral con facilidad. La longitud de dieciocho minutos obliga a una cierta disciplina al escribir. Al constreñir a los oradores (...) los obligamos a pensar detenidamente sobre lo que quieren contar.

¿Cuál es la idea clave que quieren comunicar? Tiene un efecto clarificador. Impone disciplina. (Anderson, en Gallo, 2017, p.214)

El mensaje de Chris Anderson es revelador. El tiempo elegido está ligado a la eficacia, la atención y la velocidad. Volviendo a Marazzi (2014), la revolución tecnológica ha significado una ampliación al acceso a informaciones que se enfrenta a una limitación humana: el tiempo de atención. Se trata de una situación determinada por la sobrecarga de informaciones. De ese modo, las estrategias de marketing apuntan a capturar la atención, lo que cada vez es más difícil y costoso. Al mismo tiempo, sugiere Marazzi, no se han aligerado los tiempos en los que se demanda al trabajador, por lo que las transformaciones en el mundo del trabajo “ha reducido la cantidad de tiempo de atención necesario para absorber la oferta total de bienes informacionales” (Marazzi, año, p.66). Mientras que la potencia y la capacidad de los emisores se ha multiplicado los receptores no pueden seguir el ritmo, por las limitaciones propias del cuerpo humano, que no evoluciona como las máquinas: “Los individuos no están en condiciones de elaborar conscientemente la inmensa y creciente masa de información que entra en sus computadoras, en sus celulares, en las pantallas de sus televisores y en sus cabezas” (p.67). Este contexto tecnológico se define por su constante aceleración de los ritmos, lo que Franco Berardi define como una “constante expansión del ciberespacio frente a las limitadas capacidades del cerebro individual... El contexto comunicativo es de una expansión ilimitada de la infósfera, es decir, de la esfera que contiene las señales de las que depende la competitividad...” (Berardi, 2003, pp. 82-83). Bifo ha trabajado lo que denominó la transición de un modo conjuntivo en la esfera de comunicación humana a un modo conectivo. Los cambios tecnoculturales, determinados por la inserción de segmentos electrónicos, y la proliferación de dispositivos digitales en la comunicación conllevan a una “transformación en la relación entre la conciencia y la sensibilidad y a un creciente intercambio desensibilizado de signos” (Berardi, 2017, pág?). Es una mutación, sugiere el fundador de Radio Alice, que produce mutaciones en el campo de la sensibilidad, de la emoción y de lo afectivo.

Esta combinación particular entre la centralidad del yo, la eficacia y la velocidad se pueden resumir en lo que concluye Jonathan Crary (2015): “...en la actualidad la dirección de expansión y desarrollo parece orientarse hacia la conquista del espacio interior, del mundo interior, el espacio de la mente, del alma: el espacio temporal”

(p.43). Si la subjetividad contemporánea consiste cada vez más en asimilarse a protocolos de los sistemas electrónicos (Crary, 2015; Berardi, 2017), si la aceleración produce un “empobrecimiento de la experiencia y la virtualización produce una disolución de la alteridad” (Virilio, 2005; p.44), ¿qué sucede cuando este tipo de aparatos llega a las escuelas? ¿Qué sucede cuando el saber queda relegado a la variable del tiempo, al ritmo de las tecnologías, a la centralidad de la forma empresa, a una forma de decir que busca la viralización? ¿Qué sucede cuando comienzan a aparecer programas educativos que se definen a partir de competencias que exige el mercado, que reivindican el yo al modo del self-emprendedor?



## CAPÍTULO 4

### TED Y LA EDUCACIÓN

#### TED en las escuelas

TED-ED se creó en 2012 con la creencia “apasionada de que las ideas tienen el poder de cambiar actitudes, vidas y, en último lugar, el mundo”, y cuyo fin era “generar, difundir y celebrar ideas de docentes y estudiantes alrededor de todo el mundo” (TED-Ed). Según sugiere la página de TED-Ed, para alcanzar el objetivo se creó una biblioteca con una serie de videos animados, una plataforma donde los docentes pueden crear y compartir sus propias clases interactivas, y una iniciativa, conocida en Argentina como Clubes TED-Ed, “que ayuda a los estudiantes curiosos alrededor del planeta a llevar a TED a sus escuelas y a ganar habilidades en presentación oral”. Actualmente la red global de TED-Ed cuenta con más de 650.000 docentes y ha obtenido premios por su plataforma educativa que es utilizada, según sugieren, por millones de docentes y estudiantes en el mundo cada semana. Para los primeros días de febrero de 2022, su canal registra más de 3 mil millones de reproducciones y supera los 16 millones de suscriptores.

El consejo de asesores de TED-Ed cuenta con la participación de Jackie Bezos, Salman Khan, Melinda French Gates, Aaron Sams y Jonathan Bergmann, entre otros, de quienes hablaremos más adelante. No es menor que esta biblioteca tenga cierta relación con el proyecto de la Khan Academy y que la charla brindada en TED por el ingeniero en informática y matemático se titule “Usemos el video para reinventar la educación”. De este modo, iniciativas que colocan en el centro de la escena el aprendizaje y la enseñanza con el uso de videos han ido ganando terreno en el campo de la educación, con la participación de organismos internacionales y grandes corporaciones del campo de las tecnologías.

En el caso de la plataforma fundada por Salman Khan, empresas multinacionales o billonarios, mediante sus fundaciones, financiaron la ampliación del programa. La fundación Carlos Slim aportó recursos y acompañamiento para que los videos estén disponibles en español. En los primeros meses de la pandemia del Covid-19, Google.org destinó más de 10 millones de dólares para su Fondo de Educación a Distancia, de los

cuales un millón fueron destinados a la Khan Academy para proporcionar recursos de aprendizaje en otros 15 idiomas, esperando un alcance de más de 18 millones de estudiantes en todo el mundo (Williamson y Hogan, 2020).

A partir de la pandemia, tal como sugieren Williamson y Hogan (2020), las iniciativas del Banco Mundial y la UNESCO han involucrado a muchas de las empresas relacionadas con los asesores de TED-Ed. Mediante el informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo la UNESCO advertía sobre las desigualdades en el acceso al aprendizaje mediado por tecnologías. La Coalición Mundial para la Educación fue el mecanismo elegido para disminuir esta brecha, y está integrada por organizaciones multilaterales internacionales, organizaciones sin fines de lucro, entre ellas la Khan Academy, y grandes empresas del sector privado, incluidas Microsoft, vinculada a Melinda Gates. Y si bien la UNESCO destaca que “no recomienda ningún producto, servicio, marca o empresa... las organizaciones tecnológicas comerciales como Google y Microsoft han visto cómo su base de usuarios crecía de forma espectacular durante la pandemia, impulsada por el respaldo no oficial de la UNESCO. La coalición también le ha dado una notable credibilidad a las empresas tecnológicas del sector privado y los negocios de las tecnologías de la educación, lo que puede haber impulsado la imagen de estas organizaciones al asociarlas con los esfuerzos realizados para mejorar la equidad digital y educativa durante la emergencia” (Williamson y Hogan, 2020, p.24).

En cuanto a Jackie Bezos, madre de Jeff Bezos (fundador de Amazon y uno de los hombres más millonarios del planeta) es una de las fundadoras y actual presidenta de la Bezos Family Foundation, junto a Miguel Bezos, su vicepresidente. Según sugiere la página web de la organización, se encargan de invertir y generar experiencias y ambientes de aprendizaje que los jóvenes necesitan para prosperar. Bajo el lema “cómo aprendemos da forma a quienes nos convertiremos”, su programa para adolescentes destaca “que están ayudando a los jóvenes a desarrollar su potencial defendiendo y promoviendo la ciencia del aprendizaje y su aplicación en la vida cotidiana”, con la misión de que cada uno pueda “seguir su propio camino hacia el éxito”.

Siguiendo con el equipo de asesores, Aaron Sams y Jonathan Bergman son los creadores e impulsores del modelo de enseñanza *flipped classroom* o *aula invertida*. La Flipped Learning Network (FLN por sus siglas o Red de Aprendizaje Invertido) define esta modalidad como “un enfoque pedagógico en el que la instrucción directa se

desplaza de la dimensión del aprendizaje grupal a la dimensión del aprendizaje individual, transformándose el espacio grupal restante en un ambiente de aprendizaje dinámico e interactivo en el que el facilitador guía a los estudiantes en la aplicación de los conceptos y en su involucramiento creativo con el contenido del curso” (Flipped Learning Network).

## The Four Pillars of F-L-I-P™

### F

**Flexible Environment**

---

Flipped Learning allows for a variety of learning modes; educators often physically rearrange their learning spaces to accommodate a lesson or unit, to support either group work or independent study. They create flexible spaces in which students choose when and where they learn. Furthermore, educators who flip their classes are flexible in their expectations of student timelines for learning and in their assessments of student learning.

<b>F.1</b>	<input type="checkbox"/> I establish spaces and time frames that permit students to interact and reflect on their learning as needed.
<b>F.2</b>	<input type="checkbox"/> I continually observe and monitor students to make adjustments as appropriate.
<b>F.3</b>	<input type="checkbox"/> I provide students with different ways to learn content and demonstrate mastery.

### L

**Learning Culture**

---

In the traditional teacher-centered model, the teacher is the primary source of information. By contrast, the Flipped Learning model deliberately shifts instruction to a learner-centered approach, where in-class time is dedicated to exploring topics in greater depth and creating rich learning opportunities. As a result, students are actively involved in knowledge construction as they participate in and evaluate their learning in a manner that is personally meaningful.

<b>L.1</b>	<input type="checkbox"/> I give students opportunities to engage in meaningful activities without the teacher being central.
<b>L.2</b>	<input type="checkbox"/> I scaffold these activities and make them accessible to all students through differentiation and feedback.

### I

**Intentional Content**

---

Flipped Learning Educators continually think about how they can use the Flipped Learning model to help students develop conceptual understanding, as well as procedural fluency. They determine what they need to teach and what materials students should explore on their own. Educators use Intentional Content to maximize classroom time in order to adopt methods of student-centered, active learning strategies, depending on grade level and subject matter.

<b>I.1</b>	<input type="checkbox"/> I prioritize concepts used in direct instruction for learners to access on their own.
<b>I.2</b>	<input type="checkbox"/> I create and/or curate relevant content (typically videos) for my students.
<b>I.3</b>	<input type="checkbox"/> I differentiate to make content accessible and relevant to all students.

### P

**Professional Educator**

---

The role of a Professional Educator is even more important, and often more demanding, in a Flipped Classroom than in a traditional one. During class time, they continually observe their students, providing them with feedback relevant in the moment, and assessing their work. Professional Educators are reflective in their practice, connect with each other to improve their instruction, accept constructive criticism, and tolerate controlled chaos in their classrooms. While Professional Educators take on less visibly prominent roles in a flipped classroom, they remain the essential ingredient that enables Flipped Learning to occur.

<b>P.1</b>	<input type="checkbox"/> I make myself available to all students for individual, small group, and class feedback in real time as needed.
<b>P.2</b>	<input type="checkbox"/> I conduct ongoing formative assessments during class time through observation and by recording data to inform future instruction.
<b>P.3</b>	<input type="checkbox"/> I collaborate and reflect with other educators and take responsibility for transforming my practice.

Los 4 pilares que definen el modelo flipped learning

Fuente: <https://flippedlearning.org/definition-of-flipped-learning/>

La FLN define cuatro pilares fundamentales. El primero es la idea de un Ambiente flexible, donde se reconfigura el espacio físico para “adecuarlo a su plan, sesión o unidad, fomentando el trabajo colaborativo o individual” y se “crean espacios flexibles en los que los estudiantes eligen cuándo y dónde aprenden” (FLN). La Cultura de aprendizaje plantea apartarse del modelo centrado en el profesor como fuente principal de la información. Así pretenden trasladar la “responsabilidad de la instrucción hacia un enfoque centrado en el estudiante, en el que el tiempo en el salón de clase se aprovecha en la exploración de temas con mayor profundidad y en crear experiencias de aprendizaje de mayor riqueza”, trayendo como consecuencia que “los estudiantes se involucran activamente en la construcción del conocimiento mientras evalúan y participan en su propio aprendizaje haciéndolo significativo a nivel personal” (FLN). Luego se encuentra el tercer pilar que denominan Contenido dirigido. Este requiere que “los facilitadores” de este enfoque trabajen para ayudar a los estudiantes a desarrollar una comprensión conceptual. Se espera que los docentes funcionen como curadores de materiales que los estudiantes deben explorar por sí mismos, de manera que puedan “aprovechar el tiempo de clase al máximo, adoptando métodos y estrategias de aprendizaje activo centrados en el alumno” (FLN). Por último, el principio del Facilitador profesional requiere que durante el tiempo de clase den “seguimiento continuo y cercano a sus estudiantes, aportando realimentación relevante inmediatamente y evaluando su trabajo. Un facilitador profesional reflexiona sobre su práctica, se conecta con otros facilitadores para mejorar su instrucción, acepta la crítica constructiva y tolera el caos controlado en su salón de clase” (FLN).

Este tipo de vocabulario, aún trabajando con otras modalidades y pedagogías, ha sido muy utilizado por los miembros de Clubes TED-Ed. El lenguaje incluye términos como aprendizaje activo, aprendizaje profundo, seguimiento continuo, autorreflexión, retroalimentación, enfoque centrado en el estudiante, curadores de materiales, facilitadores, y promueve valores como la creatividad, la responsabilidad y la autonomía, elementos que analizaremos más adelante.

## Los Clubes TED-Ed Argentina

Los clubes TED-Ed en Argentina son una iniciativa de la fundación Ideas que transforman, que también lleva adelante los eventos TEDxRíodelaPlata. Las escuelas secundarias y otras organizaciones educativas no formales (que trabajan con estudiantes de nivel secundario) pueden postularse y obtener una licencia anual gratuita, que deben ir renovando en caso de querer continuar con el programa en sus escuelas. La página web destaca que la modalidad de trabajo está atada a las necesidades de cada escuela. Si bien originalmente se trataba de una propuesta extracurricular de carácter optativo, actualmente las instituciones en acuerdo con Clubes TED-Ed pueden llevar adelante un espacio curricular obligatorio. Los grupos deben ser conducidos por un docente, al que desde la organización central nombran facilitador del proyecto y es el encargado de guiar todo el proceso en el que los estudiantes se convertirán en oradores al estilo TED. Al mismo tiempo, la fundación ofrece un referente para acompañar el trabajo de los facilitadores. Bajo este sistema, Clubes TED-Ed Argentina afirma la importancia del proyecto en brindarle a los alumnos involucrados “una serie de actividades que apuntan a la búsqueda de temas que los apasionen, a la profundización de ideas y al desarrollo de estrategias de comunicación efectiva para transmitir sus ideas a otros” (Clubes TED-Ed).

Las reglas dispuestas por la fundación Ideas que Transforman incluyen el compromiso de cada una de las instituciones participantes en garantizar 10 encuentros de entre 60 y 80 minutos y un evento final, donde los estudiantes muestren sus charlas. La escuela también debe asegurar un mínimo de 10 estudiantes y un máximo de 40 por grupo, y al menos un facilitador/docente cada 20 estudiantes, que debe participar de las instancias formativas y de acompañamiento brindadas por la fundación.

El documento que sirve para el trabajo de los docentes a cargo de los grupos se denomina Guía para facilitadores y describe los lineamientos del programa y los objetivos y actividades pensados para cada encuentro. A lo largo de este capítulo, analizaremos el contenido allí presentado junto a una investigación denominada *Becoming TED Speakers in School: Student Development Through Participation in TED-Ed Clubs*. La publicación difundida por la organización cuenta “el efecto que tiene la participación en Clubes en la experiencia escolar de los chicos y sobre los temas que



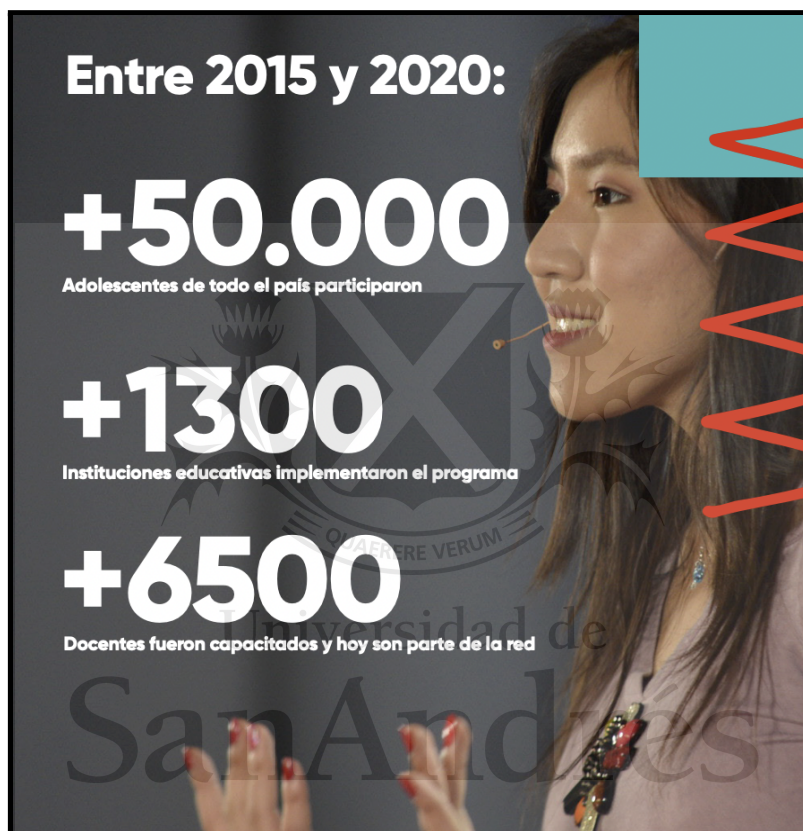
los estudiantes eligen contar en sus charlas”. Su objetivo es observar el impacto que tiene el programa a partir de una muestra elegida en escuelas de distintas ciudades, contexto y modalidad.

Los docentes también cuentan con una plataforma virtual donde registran los avances hasta llegar al evento final. En cuanto al evento de cierre, “cada participante tiene la posibilidad de dar una charla y contar su idea a su comunidad educativa en un evento” (Clubes TED-Ed). Estas pueden ser grabadas para luego compartirse en las distintas plataformas que cuenta la fundación, siempre y cuando cumplan las condiciones establecidas desde la organización. Según sugiere Jacob (2019), el aparato de TED a nivel internacional, sumado a la difusión y presentación en redes sociales del programa permitió un rápido crecimiento del programa a lo largo de todo el país.

Tal como menciona el reporte de impacto del año 2020 (TED-Ed), cuentan con un asistente virtual, a través de la plataforma INKI, que acompaña a los docentes en “el desarrollo del programa, resolviendo las dudas e inquietudes que pueden surgir durante el mismo”. En ese mismo año, se incluyó un evento formativo que denominaron “Clubes TED-Ed Fórum 2020”, una semana de capacitación intensiva para quienes decidieron implementar el programa. La propuesta buscó “formar a docentes y directivos de todo el país que participan” en el programa, transmitir una experiencia virtual que sea “innovadora y produzca efecto de asombro a través de una experiencia inmersiva” y que “ofrezca contenidos vinculados al proceso de implementación de Clubes y a contenidos de interés para nuestra comunidad”. Esta idea de asombro, de llamar la atención de los involucrados, recorre toda la bibliografía que estudiamos de TED. En el caso de la guía para facilitadora, su introducción revela la intención de que “en las instituciones educativas pasen cosas distintas a las habituales en relación con los vínculos entre los distintos actores que la conforman” (Clubes TED-Ed; p.3).

El contexto de la pandemia del Covid-19 no impidió el crecimiento del programa, que alcanzó, solo para ese año, más de 800 escuelas, 2.400 docentes y 16.000 estudiantes. Según reportes que incluyen los datos para el período 2015-2020, participaron más de 1300 escuelas, 50.000 adolescentes y fueron capacitados más de 6500 facilitadores. Los datos que presenta Jacob (2019) muestran la evolución del alcance de TED a lo largo del país. En el 2015, el proyecto se inició con 8 escuelas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En 2016, alcanzaron 80 establecimientos entre el

Área Metropolitana de Buenos Aires y Córdoba. Para 2017 se transformaron en una iniciativa de carácter nacional, superando las 200 instituciones, mientras que en el 2018 fueron 380. También, a partir de 5 de abril de 2017, recibieron la aprobación ministerial, mediante la resolución RESOL-2017-162-APN-SECIYCE#ME. De esta manera, el entonces Ministerio de Educación y Deportes,<sup>9</sup> comandado por Esteban Bullrich, auspició el Programa “¿Qué es Clubes TED-Ed? y sus Capacitaciones para Docentes”, en el marco del gobierno de Mauricio Macri.



Estudio de impacto de los Clubes TED- ed en la Argentina

Fuente: <https://clubesteded.org/>

En el 2019, el Centro Cultural Kirchner, junto al diario Perfil, organizó el primer Foro de Líderes por la Educación. Un panel, denominado “Educación para los trabajos del futuro”, donde dialogaban la directora de Negocio responsable de Telefónica, el presidente de corporación América y el director de Relaciones institucionales de Ford

<sup>9</sup> Bajo el gobierno de Mauricio Macri, la cartera de Educación integró tres distintos ministerios. Del 10 de diciembre de 2015 al 17 de julio de 2017 el ministerio de Educación y Deportes fue conducido por Esteban Bullrich. Del 17 de julio de 2017 al 5 de septiembre de 2018, volvió a ser el Ministerio de Educación, conducido por Alejandro Finocchiaro. El último cambio se llevó adelante en esta última fecha hasta el 10 de diciembre de 2019, fecha en que concluyó el mandato de Mauricio Macri. Este último se conoció como el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología y también lo condujo Alejandro Finocchiaro.

Argentina. El programa se completó con unas breves presentaciones a cargo de Clubes TED-Ed. Esta visión de futuro que enlaza a grandes empresas con la iniciativa TED, también está marcada por las palabras e ideas de Esteban Bullrich (2015-2017), Ministro de Educación y Deportes de la Nación, y de Mercedes Miguel, secretaria de Innovación y Calidad Educativa del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología en Argentina, durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019). Bullrich sostuvo en la presentación del informe Demanda de capacidades 2020 en junio de 2016, llevado adelante por el Instituto de Educación Tecnológica (INET): “necesitamos capacitar para el trabajo. Hacerlo en conjunto entre la sociedad y el gobierno. Debemos dedicarnos a escuchar a la gente que genera empleo para ver qué tenemos que hacer nosotros en el sistema educativo. (...) Nuestros hijos cambiarán siete veces de empleo, cinco de esos puestos, aún no existen...” (Bullrich en Feldfeber et al; 2016). También Miguel ha repetido en sus discursos la importancia en formar las habilidades, la capacidad creativa, el emprendedurismo “en una economía y sociedad globalizada donde las formas del trabajo, producción y generación de ingresos serán críticamente diferentes a lo que se conoce hoy (Miguel, 2013).

Tanto la resolución ministerial de TED en el 2017, como las palabras de los distintos integrantes del Ministerio de educación del gobierno nacional de la Alianza Cambiemos (2015-2019) son un indicio de cómo las ONGs, junto a grandes empresarios y universidades privadas, han ocupado un lugar central en política educativa (Feldfeber et al, 2018). Como sugiere el informe de CTERA, este tipo de fundaciones cuentan con financiamiento de grandes empresas nacionales y extranjeras y están integrados a redes regionales o responden a fundaciones internacionales que se establecen en el país mediante filiales o en asociación con alguna entidad local. El caso de la Fundación Ideas que Transforman responde a este tipo de modalidad, siendo una filial que funciona con autonomía de la casa central y es capaz de organizar sus propios eventos y conferencias, siguiendo los lineamientos pactados de antemano. Para la concreción de los Clubes recibieron el aval de la casa matriz, que contaba con una prueba piloto de un programa similar en Estados Unidos. Al mismo tiempo, en sus inicios llevaron adelante un acuerdo con el Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires para trabajar como una instancia de educación no formal en el contexto de la “jornada extendida”.

En cuanto al financiamiento de Clubes TED-Ed Argentina, la página destaca el apoyo de la Embajada de los Estados Unidos, Unicef, Disney, el Instituto Baikal, fundación Banco Ciudad, Enseña X Argentina y Pomeranec. La organización Enseña X Argentina, de la cual Mercedes Miguel fue una de las cofundadoras, pertenece a la red internacional Teach for All, que “propone terminar con la inequidad social a través de la calidad y el liderazgo educativo” (Teach for All, en Feldfeber et al, 2018; p.41). El trabajo a cargo de Feldeber, Puiggros, Duhalde y Caride (2018) menciona que el programa se inició en 2009 en CABA, el conurbano bonaerense, Córdoba y Salta, pero fue en los años previos al informe que lograron sortear el obstáculo que suponía su ingreso a las escuelas públicas bajo la figura del co-docente. Siguiendo los lineamientos propuestos por el manual de Teach for America, Enseña X Argentina sigue el modelo pedagógico de la enseñanza como liderazgo, el cual asume “que las habilidades de liderazgo del docente son equiparables al liderazgo empresarial, por lo que adopta el lenguaje de la gestión para describir la tarea docente” (Feldfeber et al, 2018, p.42).



Sponsors de la iniciativa TED-Ed

Fuente: <https://clubesteded.org/>

La relación entre empresas, gobiernos y fundaciones ha sido documentada en los trabajos de Ana Castellani (2019). En cuanto a Enseña por Argentina era, para el 2019, aquella que contaba con el mayor patrocinio en términos de la cantidad de empresas aportantes (Castellani, 2019). Al mismo tiempo, tenía acceso privilegiado a la gestión gubernamental de la mano de Mercedes Miguel, previamente mencionada, Pedro Lacoste y Oscar Ghillione. En el caso de Lacoste, ocupó el cargo de Secretario de Política Económica y Planificación del Desarrollo del Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas de la Nación entre 2015-2016 y mantuvo su rol como asesor de la ONG. Ghillione, quien fue director ejecutivo de Enseña por Argentina entre 2008 y 2017, estuvo a cargo del INET (Instituto Nacional de Educación Tecnológica), entre abril y julio de 2017. Luego se desempeñó como Coordinador de Proyectos en la Jefatura de Gabinete de Ministros-Presidencia de la Nación Argentina (julio 2017-octubre 2018) y desde noviembre de 2018 como Secretario de Gestión Educativa en el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación.

Enseña por Argentina posiciona al individuo con un papel central en tanto agente de cambio y conciben a sus programas como apolíticos, en los que su fuerza de voluntad y su perspectiva externa al campo en el que se involucran llevarán a un futuro mejor (Friedrich, 2014). Así, movilizan este tipo de discursos en busca de un público que ve al individuo y a su rol participativo en las ONG como un compromiso cívico que sirve tanto para el cambio social como para construir nuevos espacios en el que las acciones de pequeña escala no se pierden en la inmensidad de los movimientos a gran escala (Friedrich, 2014).

En cuanto al Instituto Baikal, varios de los miembros de TEDxRíodelaPlata dictan cursos ahí, al tiempo que incluyen otras iniciativas que combinan el emprendedurismo, las nuevas tecnologías y estrategias de desarrollo personal. De esta manera, se incluyen cursos (algunas de ellas muy en sintonía con las charlas que se promueven desde TED) bajo el nombre de “Introducción al metaverso”, “Introducción a DeFi y Criptomonedas”, “el poder de las palabras”, “Cómo piensa y actúa Warren Buffet”, “Cómo comunicar ideas complejas”, y actividades permanentes como “Taller de inversores”, “Seminario de análisis de empresa” o “Frontera de la innovación”. En su sección ideas, también propone iniciativas del estilo “lo que viene en el nexo entre las artes y las finanzas”, “aprender, desaprender y reaprender” y “seamos científicos de

nuestro aprendizaje”. Esta combinación entre ciencia, finanzas, enseñanza y empresarialidad es uno de los rasgos distintivos de lo que propone el Instituto Baikal, buscando abarcar las novedades en materia de tecnología y las ideas innovadoras del mundo emprendedor.

Volviendo a Clubes TED-Ed, su equipo local cuenta con una variedad de profesionales dentro de los que se incluyen, a partir de su propia descripción, educadores, diseñadores de experiencias educativas y multimediales, emprendedores sociales, ingeniero electrónico y coaching ontológico. Las descripciones incluyen datos reveladores de la forma de concebir el aparato de su propia organización. Así, sus miembros se definen como “apasionados por la creatividad y la innovación”, “comprendió que lo que realmente le alimenta el alma son las ideas, y en ese sentido colaborar en TEDxRíodelaPlata es como comer todos los días en el mejor restaurant” y “Busca acompañar a las personas, a lograr sus metas en un camino de aprendizaje continuo, asumiendo retos y compromisos que sumen valor para lograr la mejor versión de sí que sea posible” (TEDxRíodelaPlata, 2020).

### La Fundamentación pedagógica

En este apartado intentaremos comprender la manera en que ciertas nociones que componen el universo de Clubes TED-Ed pueden ser pensadas a partir de lo que Ulrich Bröckling nombra como la lógica del self-emprendedor y a las ideas del gobierno de sí propuestas por Nikolas Rose (2019), siguiendo los análisis de Foucault. Esta idea de gobierno se refiere “al modo en que se dirige, en cualquier ámbito, la conducta de los individuos. Gobernar, dice Foucault, es estructurar el posible campo de acción de los otros” (Kohan, 2004, p.84). En esta dirección, y como señalamos en la introducción, Rose destaca la efectividad del vocabulario empresarial para enlazar los modos en que somos gobernados y los modos en que nos gobernamos a nosotros mismos. Como veremos a continuación, muchas de las teorías y los programas señalados tienen una estrecha relación con ideas provenientes del mundo de la gestión empresarial y que han sido difundidas por medio de empresas de Silicon Valley y otras empresas tecnológicas. Para estos fines es necesario considerar los saberes y las técnicas que se movilizan para moldear un tipo de sujeto (Bröckling, 2019). Las preguntas que guían el trabajo de este

capítulo apuntan a pensar el modo en que ciertos saberes se reciclan y reconfiguran para formar nuevas alianzas y programas, cómo ciertas cuestiones se problematizan y qué tecnologías se utilizan para responder a esos problemas (Rose, 2019; Rose en Bragg, 2007). Para este objetivo se vuelve necesario poner en contexto el discurso las habilidades del siglo XXI, la pedagogía Flipped Learning y los antecedentes de la casa matriz, las alianzas con empresas como Disney y organizaciones como Enseña X Argentina y el Instituto Baikal, el apoyo institucional del gobierno de Mauricio Macri tanto a nivel ciudad como nacional y el de la embajada de los Estados Unidos, las referencias teóricas, el rol de los coaches y el lugar de las tecnologías digitales en el método que propone Ideas que Transforman en las escuelas.

Pondremos en el centro del análisis tres cuestiones fundamentales que TED y los Clubes mencionan como un sello distintivo de su organización: la idea de dotar de un nuevo encanto a la educación, al decir de Loveless y Williamson (2017), que podemos resumir en las ideas de crear “un espacio diferente”, una “instancia excepcional” o una “modalidad de trabajo diferente al tradicional” (Clubes TED-Ed, 2020, p.9); la creatividad como una forma de gobierno que implica cierta forma de concebir las emociones; la comunicación, donde se combinan la autenticidad, la empatía y el empoderamiento con técnicas de coaching para el objetivo de construcción de competencias orales.

Los dos documentos difundidos por Clubes TED-Ed, la Guía para Facilitadores y el trabajo *Becoming TED Speakers in School: Student Development Through Participation in TED-Ed Clubs*, sugieren la importancia que tiene en este discurso pedagógico la noción de habilidades del siglo XXI. Estas ideas han sido divulgadas tanto por grandes corporaciones como por organismos internacionales y ONGs. La organización Battelle for Kids, que incluye a la red Partnership for 21st Century learning (nombre por el que se la conocía antes, o por sus siglas P21) es la organización que más se encargó de difundir esta visión sobre la educación. Su directorio está integrado, entre otros, por miembros de las principales corporaciones multinacionales de tecnología, medios y servicios y en sus comienzos recibió más de un millón y medio de dólares del Departamento de Educación de los Estados Unidos (Williamson, 2013).

Battelle for Kids incluye dentro de su concepción intelectual y conceptual a una mezcla heterogénea de autores, fuentes y conexiones (Williamson 2013). Allí figuran

John Dewey, psicólogos constructivistas, perspectivas de las ciencias cognitivas, referencias a los campos de las habilidades creativas, la inteligencia emocional y las inteligencias múltiples y una variedad de teorías sobre los medios y las tecnologías. Al mismo tiempo, se mezcla con discursos sobre la creatividad ilimitada, la innovación y la competitividad. Williamson sugiere la presencia de un discurso económico de la competencia, con planes de estudio y programas que buscan promover capacidades vinculadas a la industria high-tech. Este conjunto de habilidades se define en relación a las dinámicas de la sociedad global en red, que propone nuevas maneras de producir conocimiento mediante métodos innovadores y emprendedores que destacan la importancia de la originalidad y la creatividad y el uso y la comprensión de las nuevas tecnologías (Loveless y Williamson, 2017):

El conocimiento se reconfigura como temático, modularizado, conectivo, sin límites, híbrido y genérico; el aprendizaje se reconfigura como competencia, pensamiento, resolución de problemas y “aprender a aprender”. Esto está en línea con el estilo de pensamiento asociado con los defensores de la economía del conocimiento: la ventaja competitiva debe asegurarse integrando las competencias conductuales de las personas con componentes modulares de tareas. (Williamson; p.28)

Si bien Maggio (2018) define que los constructos teóricos de este discurso tienen un largo recorrido que se puede remontar a los años sesenta, varios programas y políticas educativas han incorporado esta visión en los últimos tiempos. El diseño curricular de la Nueva Escuela Secundaria (NES) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un ejemplo claro, que hace reiterada alusión a este tipo de habilidades, y las relaciona a la creatividad, la innovación, la educación digital y el emprendedurismo, “pensando en las demandas de la Sociedad del Conocimiento” que incluyen una nueva estructura laboral, nuevas tecnologías y un mundo interconectado (p.34 y p.126).

La fundamentación pedagógica que ofrece TED en su guía destaca un gran objetivo: “que quienes participan desarrollen una mirada propia y reflexiva sobre el mundo real, identificando y expandiendo sus intereses personales, desarrollando su creatividad y aprendiendo capacidades de investigación, trabajo colaborativo, comunicación efectiva que les aportan herramientas clave para la vida” (Clubes TED-Ed, p.6). Estas capacidades las enmarcan en las habilidades del siglo XXI, las cuales consideran imprescindibles para la participación en sociedades actuales, al tiempo que se las consideran un “saber hacer en contexto”. También citan el artículo



nº12 de la Convención sobre los Derechos del Niño que establece que “los Estados deben garantizar las condiciones para formar un juicio propio, así como el derecho a expresar libremente su opinión sobre las situaciones que lo afectan...” para luego afirmar que “se debe apoyar la construcción de una opinión informada” y que los Clubes son “un puntapié lúdico que busca inspirarlos a participar efectivamente en su presente y comprometerlos de forma sostenida con su futuro” (p.7).

El “nuevo encanto” de la educación: la creatividad y la comunicación en una institución que “no se parezca a la escuela”

Las ONGs, las pedagogías y las definiciones teóricas sobre la educación que han tomado un gran protagonismo en el gobierno de Mauricio Macri (tal como fue descrito en el apartado anterior) introdujeron un vocabulario que busca “dotar de un nuevo encanto a la educación”, al decir de Loveless y Williamson. El nuevo vocabulario incluye palabras como “felicidad”, “bienestar”, “emociones” y “realización personal” (Williamson, 2013), y podemos sumar algunas que propone Clubes TED-Ed como “disfrute”, “desafíos genuinos”, “conmover” y “fluir” (o Enseña por Argentina, que menciona términos como “protagonista de su vida”, “agente de transformación”, “liderazgo colectivo”). La introducción de este nuevo lenguaje de gestión de los afectos y liderazgo solidario implica un seguimiento y control del yo emocional de los estudiantes, con las consignas de la creatividad, el empoderamiento y el disfrute del aprendizaje (Williamson, 2013). El resurgimiento de las “dimensiones expresivas de la educación” suele estar acompañado de prácticas altamente tecnificadas vinculadas a la tecnología (Hartley, 2006) o figuras de lenguaje vinculadas al sector tecnológico.

La falta de motivación, la actitud poco creativa y poco emprendedora de la escuela y su consecuente pérdida de legitimidad y de capacidad de interpelar han sido mayormente definidos como los motivos para dirigir ciertos cambios. Este tipo de ideas han estado fuertemente presentes en los medios de comunicación, de la mano de las definiciones de Marc Prensky sobre los nativos digitales y la necesidad de otro tipo de escuelas bajo el argumento de que niñas, niños y adolescentes socializan y aprenden de otra manera.

Clubes TED-Ed se define “como un proyecto diseñado para ser implementado a través de una narrativa formulada desde una mística particular que debe crearse y respirarse en cada encuentro” (Clubes TED-Ed; p.8). El objetivo es “instalar una mística... porque, de lograrlo, los aprendizajes que de Clubes TED-Ed surjan acompañarán a los participantes durante toda su vida” (p.8). Este nuevo encanto puede pensarse a partir de la idea de distinción que supone armar un espacio que no se parezca a la escuela. Aquí surgen una serie de interrogantes que el programa de la ONG Ideas Que Transforman no llega a responder: ¿Cómo piensa lo escolar una organización que busca ingresar en ese espacio con la aspiración de borrar lo que dice que es propio de ese lugar? ¿Por qué el interés educativo de esta iniciativa?

Loveless y Williamson (2017) sugieren “un desplazamiento que va desde una visión del conocimiento de la escuela como un corpus legitimado y autorizado de contenido para su transmisión, hasta una interpretación más fluida, creativa y constructivista del conocimiento que supone que los alumnos mismos pueden ser responsables de crear o de generar dentro de las redes de comunicación” (p.116). Los autores sostienen que de esta manera cobra importancia la capacidad de buscar información y de encontrar formas creativas de darle sentido, mientras disminuye la relevancia de la posesión de conocimientos: “La tarea es desarrollar un currículo, unas pedagogías y unos procedimientos de evaluación que sitúen a los alumnos como “creadores de conocimiento” (p.117). En esta dirección, Clubes TED-Ed recuerda la importancia de dar voz a los estudiantes, citando la convención de los derechos humanos, y mencionando la importancia de gestionar la información en el mundo actual. El desarrollo de esta capacidad supone una forma de involucrarse en el futuro que trae como resultado “cambios positivos como el conocimiento de uno mismo, la empatía y las habilidades de comunicación”. En ningún momento de la guía se define qué se entiende por empatía ni cómo el proceso logra construir este tipo de competencia. Tampoco menciona cómo es que el aspirante a orador llega a conocerse en este proceso de aprender a comunicar ideas al estilo de la organización nacida en California.

La idea de invertir el lugar de los adolescentes en la escuela y de colocarlos como protagonistas del proceso de aprendizaje es un tipo de interpelación que prescribe una determinada identidad participatoria, y no es simplemente la posibilidad de

asumirse no-alienado, libre y con la capacidad de autodeterminación (Masschelein y Quaghebeur, 2005). Las competencias de Clubes TED-Ed aspiran al “crecimiento como individuos”, “al desafío– y al orgullo–de tener una idea que valga la pena” y al “descubrimiento de los otros por medio de revelarse a uno mismo”. A partir del programa Students As Researchers (SAR), que observa como una tecnología del self, Sara Bragg (2007) menciona la aparición de iniciativas que reposan en la presunta voluntad de participar, que incluyen maneras corporativas de ver el mundo, omitiendo las particularidades de las instituciones en las que se involucran. Estos proyectos pueden leerse como “intentos para inculcar normas de individualismo, autosuficiencia y autocontrol, que resuenan con nuevas configuraciones de poder y autoridad bajo el neoliberalismo” (p.343). Bajo la lógica de la gubernamentalidad neoliberal, mediante prácticas específicas, instalan competencias positivas, sin anular o distorsionar la capacidad como agentes de los estudiantes. En todo caso, siguiendo la lógica productiva del poder, los alienta a la responsabilidad individual, la maximización de oportunidades, la responsabilidad y la automotivación.

Siguiendo con esta idea de “transformar la educación” a partir de la participación, proponen

una modalidad de trabajo diferente al tradicional y, por lo tanto, los encuentros deben pensarse como instancias excepcionales respecto de otros espacios o proyectos educativos. Consecuentemente, uno de los desafíos más grandes para los facilitadores de los Clubes es el de impregnar cada aspecto de los encuentros con dicha cualidad excepcional. ¿Esto qué quiere decir? Simplemente, que para poder decirles a los participantes que están a punto de ingresar a un espacio diferente, el Club debe verse, olerse, saberse, escucharse y sentirse diferente. Este diferencial debe estar plasmado tanto en la narrativa como en la estética de los encuentros. (Clubes TED-Ed, 2020; p.9)

TED dice construir una experiencia narrativa y estética, que se aparta de lo tradicionalmente escolar. ¿Qué definen como lo tradicionalmente escolar? ¿En oposición a qué dice construir una narrativa y una estética que construyen un diferencial respecto a todas las cosas que se llevan adelante dentro de una escuela? Para responder esto suelen apelar a un tipo de lenguaje presente en algunas teorías de la creatividad ligadas al mundo de la gestión empresarial, a figuras del marketing y a grandes lemas atrapantes. Así, en cuanto a su narrativa, TED menciona:

Los encuentros están hechos para fluir, para que cada pieza del rompecabezas se vaya posando sutilmente una sobre la otra, como un cuento en el que cada capítulo le da sentido al siguiente. Para ello, es esencial que cada facilitador se apropie del desarrollo

de los encuentros, que lo comprenda y que, incluso, lo cuestione lo suficiente como para determinar que su grupo en particular requiera tal o cual alteración o ajuste de las consignas.

Por otro lado, como en todo buen cuento, el desafío es mantener un clima de expectativa respecto del siguiente capítulo. No hay peores enemigos para este efecto que los baches, los problemas técnicos y las dilataciones innecesarias...

Construir un clima propicio y estimulante de trabajo y reflexión en el aula es una tarea descomunal, pero es directamente proporcional a la sencillez con la que dicho clima puede ser arruinado. (Clubes TED-ED, 2020; p.9-10)

La idea de fluir remite a cierta forma de concebir a las personas creativas, que se observa cuando “participan en actividades que implican un elemento de descubrimiento, novedad u originalidad, aunque a menudo puedan ser dolorosas, arriesgadas o difíciles” (Loveless y Williamson; 2017, p.108). Estos elementos, de los cuales TED hace su emblema, se pueden concretar mediante un proyecto que pone en juego la identidad y la intimidad de los participantes. La guía para los facilitadores destaca que lo que los adolescentes “ponen a disposición como material de trabajo es nada más y nada menos que su interior. Esa es la materia prima de su charla, es parte de sus anhelos, de sus pasiones y hasta de sus temores” (Clubes TED-Ed; p.10).

Lo fluido refiere un estado de las cosas que combina

metas claras, un feedback inmediato, el equilibrio entre retos y competencias, el surgimiento de la acción y la conciencia, la eliminación de las distracciones, la falta de miedo al fracaso, de autoconciencia, la distorsión del sentido del tiempo y la actividad autotélica; esto es, el disfrute por sí mismo. Fluir posibilita el ejercicio de la capacidad, la competencia, la comprensión y el logro en la tarea. (Loveless y Williamson; p.108)

La insistencia con que los facilitadores tengan todo cuidado y ordenado para conectar con los estudiantes, las devoluciones a lo largo del trabajo de construcción de sus charlas, el objetivo de generar conciencia en el proceso de devenir un orador y de asumirlos como únicos protagonistas de sus propios cambios son los elementos que TED propone para alcanzar, no sólo la fluidez, sino también un cambio en la vida de los participantes, sus familias, los facilitadores y la institución. La investigación de Furman et al resalta un cambio en los nuevos oradores, siendo capaces de “entender a sus pares en nuevas y más profundas maneras” (p.171). Al mismo tiempo, destaca que las relaciones entre los adolescentes y los adultos se transformaron, siendo capaces de “mirar a sus padres con nuevos lentes después de participar en clubes, menos como solo

sus padres y más como adultos complejos con sus propias historias y experiencias” (p.171).

En un artículo denominado “The tangles of implication”, Deborah Britzman (1997) describe el modo en que las investigaciones en educación se volvieron la nueva industria de la autoayuda, al hacer un altar de la voz. Allí sugiere una tendencia que parece advertir que “mientras más voces, mejor se vuelve el campo (de investigación)” (p.32). El trabajo de Furman et al (2019) se sustenta en una serie de entrevistas semiestructuradas que apuntan a entender “que habían aprendido, disfrutado y encontrado desafiante a la hora de participar en los clubes” (p.168). Al mismo tiempo “los entrevistados fueron alentados a reflejar cambios personales, desarrollos, como también cambios percibidos en sus relaciones con otros” (p.168). Los registros y relatos se centran en describir procesos personales, que incluyen emociones y cambios de las personas involucradas. En cuanto a los procesos colectivos, están determinados por la capacidad de los sujetos de aprender a escuchar, bajo la forma de la atención enfocada y la escucha activa. Estos modos, sugiere el estudio, se convirtieron en una manera distintiva de cambiar las relaciones entre las personas, “permitiendo a cada uno llegar a conocer mejor a los demás y apreciar diferentes puntos de vista” (Furman et al; p.173)

La idea de distinguirse de lo escolar también se traslada a un tipo de estética que recomiendan que los facilitadores construyan para generar un ambiente “cómodo, libre y estimulante” donde “todos puedan sentirse cómodos, contenidos y protegidos de la hostilidad que a veces puede aparecer en otros espacios” (Clubes TED-Ed, 2020). La transformación de la educación que propone TED comienza a partir de una nueva manera de disponer el espacio que transmita la diferencia ante la mirada de los estudiantes:

Al igual que la comida, los encuentros de Clubes TED-Ed también entran por los ojos. Es importante aprovechar esta cualidad que tiene el espacio de ser “diferente” para realmente disponer el aula de una manera distinta de la que se acostumbra. Puede ser en una ronda general, en mesas de trabajo colaborativo o, incluso, corriendo todas las sillas y los bancos para realizar alguna parte del encuentro de pie. Lo importante es que el espacio luzca diferente y que, además, luzca bien, cuidado, dedicado y amoroso. Cualquier esfuerzo que hagas en este sentido va a ser sumamente agradecido y valorado por los participantes. Si los participantes van a poner en juego algo de lo más importante que tienen en su interior, es fundamental que garanticemos un espacio que esté a la altura de las circunstancias para albergar semejante regalo. No es necesario que sea lujoso, pero sí que muestre que allí sucederá algo distinto. (Clubes TED-Ed, 2020; p.10)

Sianne Ngai define una serie de categorías estéticas, como zany (loco), cute (tierno, lindo), interesting (interesante) que parecen ser las más adecuadas para pensar experiencias estéticas “en condiciones saturadas e impulsadas por el rendimiento del capitalismo contemporáneo” (Ngai en Schwartz, 2020). La definición de Ngai sobre lo interesante se sitúa en consonancia con lo que los clubes proponen como una experiencia que “produzca efecto de asombro”:

Siempre conectado con la sorpresa relativamente pequeña de la información o la variación de una norma existente, lo interesante marca una tensión entre lo desconocido y lo ya conocido... Esto es lo que hace que Bitcoin sea interesante... y la neurociencia, la IA, física cuántica. Pero en realidad, llamar a algo "interesante" es una evaluación notoriamente débil. Se supone que el contenido interesante debe ser consumido y repetido, no realmente internalizado, criticado, cuestionado de ninguna manera significativa. (Ngai, en Schwartz, 2020)

Henry Jenkins (2008) se pregunta por el efecto *wow* de ciertas producciones culturales, cuestionando si es posible pensar en algo que vaya más allá del mero impacto de los dispositivos. El efecto de la cultura mediática persigue el impacto emocional y la rápida identificación personal, antes que un aprendizaje reflexivo (Dussel, 2011). En este sentido, adaptando los valores originales de la organización californiana, Clubes TED-Ed se hace de la inmediatez y la novedad para definir que toda historia puede pensarse como sorprendente e impactante, si se aprende a contar. Este tipo de discurso afirma la necesidad de acercarse al lenguaje de los medios y “entretener” a los adolescentes, como si el “aburrimiento y (la) apatía fueran independientes de la mirada que produce al sujeto de aprendizaje” (Antelo y Abramowski, en Dussel, 2011, p.70). La adopción de los discursos mediáticos le otorga un valor a priori a este régimen de atención, y desestima las distintas tecnologías de la escuela moderna (Dussel, p.71).

El tipo de reencantamiento que proponen apela a categorías como interesante e inspirador, al modo de las empresas tecnológicas que apuestan por la informalidad, la diversión, la compasión y una mirada socialmente comprometida. Se trata de un tipo de espíritu que dice recuperar la herencia contracultural, mayormente de la Costa Oeste de los Estados Unidos, que puede ser definido como “cool”, rebelde (Williamson, 2017), que proclaman una nueva “era de la creatividad, que hacen de la innovación y la productividad las características imprescindibles para habitar esta era. Este nuevo universo afectivo-creativo, que impulsan organizaciones como TED y los Clubes engendran una serie sentimientos que terminan “las distinciones entre ocio, trabajo, domesticidad, sociabilidad, producción y consumo” (Williamson, 2013; p.29)

Siguiendo a Williamson, se trata de un nuevo capitalismo que se presenta solidario y destaca que las vidas, en su forma individual, importan, al tiempo que el nuevo trabajo afectivo de la economía digital permite crear empresas con personalidad, “que tienen alma”. “En esta “explosión de creatividad”, la cultura empresarial valora la creatividad sobre la rutina, y la educación busca promover en los niños la creatividad requerida para el pensamiento no lineal y la generación de nuevas ideas”.

La mención del programa a Edward de Bono y la actividad de los 6 sombreros, son un ejemplo de las formas en que traducen la creatividad, bajo la forma del pensamiento no lineal para la producción de ideas. De Bono popularizó la idea del pensamiento lateral, “una lógica “que transfiere el orden lineal de los pasos del raciocinio secuencial a saltos laterales discontinuos” que aspira a la creación de “nuevos patrones de pensamiento” (Bröckling, 2015, p.184). Este tipo de estrategias se encuentran “emparentadas con aquellas que desean lograr un aumento cuantitativo de la producción de ideas y las que tratan de anular las instancias de censura internas como las externas. Esto para que los pensamientos puedan, en lo posible, fluir sin contención” (ibid). Esta idea del flujo sin restricciones que ya hemos identificado en base a otras teorías de la creatividad se asocia también a la “lluvia de ideas” de Alex F. Osborne (difundida por primera vez en 1939), pensada originalmente para el trabajo en agencias de publicidad que

persiguen la generación de ideas en base a la multiplicación. Lo que en ella es decisivo es la separación de compilación y evaluación de ideas. “¡nada de crítica!”, dice la regla superior. Tantas más ocurrencias surjan en el “proceso del hervor creativo” de una sesión de lluvia de ideas, tantos más resultados se obtendrán. Por eso, el método fue concebido como técnica de conferencia: se presupone el uso de fuerzas sinérgicas que surgen de la dinámica de grupos, para activar entre los participantes “reacciones espontáneas en cadena” y una “multi-fecundación espiritual”. (Bröckling, 2015, p.185)

El trabajo de los facilitadores incluye sesiones de lluvia de ideas y una lluvia de inspiración que aspira a que los estudiantes puedan desarrollar mejores ideas, en un ambiente que permite el libre flujo de las mismas.

La cuestión de la creatividad parece haberse vuelto obligatoria en un número cada vez mayor de áreas de la vida (Osborne, 2003). Bröckling (2015) propone, siguiendo al pedagogo Von Hentig, que la creatividad es “la palabra salvadora del presente” a partir de sus asociaciones positivas ilimitadas. Así, sugiere que “no existe un

mal al que no se atribuya la falta de creatividad y no puede ser curado por el aumento de esfuerzos creativos. Cualquiera sea el problema, la creatividad es la solución” (Bröckling, 2015, p.161).

Los estudios genealógicos de Hay y Kapitzke (2009) nos muestran cómo el concepto de creatividad predominante proviene de la gestión empresarial, y se sitúa como una fórmula exitosa para enfrentar las demandas de la economía global. La combinación entre la psicología y los discursos de gestión empresarial han sido determinantes para el boom de la creatividad, que asegura la importancia del poder creativo de las personas tanto en el terreno del trabajo como en su capacidad para cambiar las condiciones de la propia vida (Osborne, 2003; Loveless y Williamson, 2017).

Si hay un concepto que funciona como aglutinador entre la mayoría de las organizaciones, discursos, pedagogías, programas educativos y profesionales comentados hasta el momento es el de la creatividad. Tanto TED como la organización local hacen de ella el motor de cambio, que impulsa a los procesos autotransformadores de los individuos en las escuelas. Así, funciona como una forma de gestionar y transformar las capacidades de autogobierno (Hay y Kapitzke, 2009) y “el yo creativo se fabrica a partir de unas determinadas verdades que se cuentan sobre el presente...” (Loveless y Williamson, 2017; p.117). Como describimos a partir de los análisis de Rose (2019) las tecnologías de gobierno hacen referencia a ciertos mecanismos y técnicas por medio de las cuales se conectan las aspiraciones de ciertas autoridades y la capacidad autoformativa de las personas (Hay y Kapitzke, 2009). Esta manera de concebir las prácticas de gobierno como tecnológicas sugieren que el intento de maximizar ciertas capacidades de los individuos y restringir otras incluyen disposiciones pedagógicas, médicas, legales, económicas, de comprensión de sí y de los otros:

De esta manera, los individuos son guiados a ejercer su libertad a través de nociones tales como responsabilidad, deber, disciplina, empresa, etc. Significativamente, las tecnologías de gobernanza no son mecanismos diseñados racionalmente que se derivan de racionalidades de gobierno de una forma predeterminada. Más bien, son el resultado de una agregación compleja de diversas fuerzas (Rose 1992). La apreciación de esto centra la atención en cómo se improvisan las tecnologías a partir de los recursos sociales y culturales disponibles, y en cómo se toman prestadas de otros programas y se adaptan para propósitos novedosos. (Hay y Kapitzke, 2009, p.153)



Los discursos que determinan a la creatividad bajo las premisas de la autorrealización y la libertad de expresión suponen tecnologías intelectuales para la producción de subjetividades propias de contextos neoliberales (Hay y Kapitzke, 2009). A partir de la noción de gubernamentalidad, los autores sitúan al sujeto creativo expresado en los discursos dominantes de política educativa en relación con la economía global del conocimiento y las racionalidades emergentes del riesgo y la incertidumbre, ligadas al mundo emprendedor y financiero. Este tipo de mundo que generan requiere de “trabajadores creativos en grado máximo, que pongan sus emociones a trabajar junto a su creatividad y a su agudeza altamente tecnificada” (Hartley, en Loveless y Williamson, 2017, p.118). El programa descrito en este trabajo apela a la formación de un sujeto creativo, que incluye una variedad de nociones que nos remiten a dos cuestiones. La primera es la forma en que se pone en valor el discurso económico de la creatividad y la innovación a partir de una fundamentación basada en la “reestructuración económica ligada a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación, con un mayor énfasis en la educación que debe enseñar aquellas competencias que se vinculan al trabajo del conocimiento, la producción de ideas, saber e información...” (Ball en Loveless y Williamson, 201, p.59). Así la flexibilidad se vuelve una capacidad deseada por algunas instituciones escolares y para el aprendizaje, de manera tal que la escuela y los negocios parecen hablar una lengua común “hecha de flexibilidad, modularización, perfiles de competencias, rendimiento indirecto, poder cerebral, resolución de problemas” (ibid).

En este sentido, flexibilidad, creatividad, innovación e invención arman un entramado que parece fundamental para la formación contemporánea. Las referencias de Osborne (2003) a Barry retoman la discusión sobre la relación entre creatividad e invención. Barry se pregunta si el desarrollo de nuevas tecnologías, que ponen en el centro la novedad y la velocidad, pueden pensarse como sinónimo de la invención. La respuesta a la que llega es que la invención es lo opuesto a la clausura, es, más bien, la condición de un objeto o una práctica de abrir preguntas y posibilidades: “lo que es inventivo no es la novedad de los artefactos en sí, sino la novedad de los arreglos (o ensambles) con otras actividades y entidades dentro de las cuales se sitúan los artefactos...” (Barry, 1999, p.63). La creciente velocidad con la que aparecen nuevos artefactos y protocolos tecnológicos, cada vez más cerrados, que destacan la creatividad

como su emblema al modo de “Think different” (Apple) o “Be what’s next” (Microsoft) están vinculados a este tipo de programas del que participan fundaciones ligadas a las empresas que se encargan de difundir esta visión. Así se posicionan estas visiones propuestas por las grandes empresas tecnológicas, mencionando que el futuro está determinado por la capacidad de emprender e innovar.

La segunda cuestión, relacionada al mundo afectivo que los Clubes proponen, está atada a la emocionalidad de los estudiantes:

Ya sea la idea de formar parte de un movimiento mundial como lo es TED, de construir un tejido grupal único e íntimo con el resto de los participantes del Club, de realizar un viaje hacia el propio interior para descubrirse portadores de una voz única y transformadora, de aprender a aprender, o la posibilidad de representar una causa que los conmueve, el programa de Clubes TED-Ed está plagado de anclas de trascendencia que deben ser promovidos por el facilitador para comprometer, empoderar y cargar de sentido a los participantes. (Clubes TED-Ed, 2020, p.9)

La investigación también menciona que “cuando preparan sus charlas, los oradores TED pasan por un proceso de coacheo previo a presentar (...) el cual, si bien aún no fue estudiado académicamente, fue anecdóticamente clasificado como profundamente transformador”. El estudio termina por definir que vieron mejoras en materia de autoconocimiento, empatía y habilidades comunicacionales, que se asemejan a los efectos transformadores reportados en los reales oradores TED (p.174).

La comunicación, siguiendo a TED, está directamente relacionada a la capacidad de transmitir una serie de emociones a quienes escuchan. Una de las preguntas que proponen los facilitadores a los adolescentes es ¿qué quiero hacer sentir con la charla? (Clubes TED-Ed, 2020, p.49). Una de las actividades solicita a los estudiantes elegir una parte de su charla y que la cuenten con un tono ligado a una emoción que incluye “alegría, secreto, euforia, tristeza, confianza, entusiasmo, asombro, aburrimiento, miedo, ira” (idem). Ana Abramowski (2009) ha trabajado los modos en que la competencia emocional se percibe como una divisa fundamental para el desempeño actual en el campo educativo. En este sentido, podemos pensar las competencias que el programa refiere ligadas a una forma de concebir los afectos. El lugar central de las emociones en el programa no está dirigido a explorarlas o amplificarlas sino a ser sometidas a control o, siguiendo la línea de las habilidades del siglo XXI, ser convertidas, en un futuro, en competencias útiles para el mercado laboral (Abramowski, 2018). El análisis de Abramowski establece la relación entre la perspectiva de la

educación emocional, largamente promovida en los últimos tiempos, y las ideas del conocimiento de uno mismo, vinculadas a la empatía, el aprovechamiento productivo de las emociones y la motivación, entre otras. Se trata de perspectivas que proponen sacar provecho de la cuestión afectiva, de capitalizarlas y volverlas productivas, al tiempo que localiza a las emociones en un plano individual y descontextualizadas de problemas colectivos, estructurales y políticos.

Esta reconfiguración afectiva se acerca a lo planteado en la sección anterior en relación a Sara Ahmed (2014), que refiere a los procesos mediante los cuales ser emotivo se define como una característica de ciertos cuerpos, y sobre la manera en que las emociones operan para hacerlos y moldearlos. La académica británica-australiana señala que “la historia de la evolución se narra no solo como la historia del triunfo de la razón, sino de la capacidad de controlar las emociones y de experimentar aquellas que son “apropiadas” en diferentes momentos y contextos” (Ahmed, 2015, p.23). En el caso de los Clubes, no podemos dejar de pensar que el “uso de las emociones” está atado a la mejor forma de construir un relato, a la efectividad de las palabras del orador para lograr algún efecto en quienes escuchan. En estos casos, tal como sugiere Ahmed, las emociones se pueden representar como buenas en la medida que se expresan como una forma de inteligencia, como “herramientas que pueden ser usadas por los sujetos en su proyecto de vida” para la formación de un yo competente.

Universidad de  
San Andrés

## CAPÍTULO 5

### CONCLUSIONES

El estudio nos permitió pensar de forma crítica las condiciones por medio de las cuales el programa Clubes TED-Ed construye un tipo de comunicación, que promueve la creatividad, el empoderamiento y la competencia, propias de las estrategias de valorización del self-emprendedor. Entendemos la crítica al modo foucaultiano, que “no consiste en decir que las cosas no están bien como son. Consiste en ver sobre qué tipos de evidencias, de conexiones, de formas de pensamiento adquirido y no reflexivo reposan las prácticas que se aceptan” (Foucault en Loveless y Williamson, 2017, p.206).

Una serie de perspectivas (algunas nuevas, otras viejas, otras reformuladas) como las habilidades del siglo XXI, el aprendizaje invertido (Flipped Learning), la enseñanza por proyectos y los lineamientos propuestos por la Nueva Escuela Secundaria permiten observar el modo en que las tecnologías digitales y el mundo emprendedor ingresan en la escuela. En el caso de los Clubes TED-Ed, y a diferencia de las políticas de integración de tecnologías en las escuelas, aparece la idea de apartarse de lo escolar, de generar una marca que lo distinga de lo que tradicionalmente es fue la institución, con sus espacios, sus rutinas y rituales. El programa tiene un fuerte componente de integración de tecnologías digitales, desde una perspectiva y con una serie de prácticas que no involucran políticas o prácticas educativas de trabajo con tecnologías y medios digitales. En otras palabras, los clubes TED-ED constituyen un formato en el que las tecnologías y medios digitales tienen una presencia y uso central, pero bajo una forma "llave en mano": se trata de un dispositivo cerrado, que se implementa en escuelas sin mayor intervención de las mismas en el proceso.

La fundación Ideas que Transforman construye un tipo de sujeto que pone en primer plano las cualidades individuales, relacionadas a las demandas del mercado y en sintonía con las lógicas emprendedoras de las grandes empresas tecnológicas, mayormente nacidas en Silicon Valley, y de los startups tecnológicos que se han desplegado a partir de lo que denominamos la *new economy*. Los programas que tienen como eje central la construcción de este tipo de competencias, aspiran a un individuo que persiga el “mejor dominio de sí, de las propias emociones, del estrés, de las relaciones con clientes... El objetivo de todas ellas es un refuerzo del yo, su mejor

adaptación a la realidad, aumentar su operacionalidad en situaciones difíciles” (Laval y Dardot, en Orono, 2018; p.168).

El tipo de afectividad que prescriben se liga a ciertas técnicas terapéuticas, con “expertos de la subjetividad” que “transfiguran preguntas existenciales sobre el propósito de la vida y el significado del sufrimiento en preguntas técnicas sobre los modos más efectivos de administrar el mal funcionamiento y mejorar la calidad de vida” (Rose, 2019; p.267). La incomodidad relativa a este tipo de valores, una herencia de los estudios de Rose, refiere a que la “cultura del sí mismo concede a los seres humanos toda clase de capacidades y los dota de todo tipo de derechos y privilegios, impone cargas y prospera sobre las ansiedades y decepciones generadas por sus promesas” (Rose, 2019; p.26). En este sentido, la introducción del coaching que “reproduce las formas hegemónicas de sentir, pensar y orientar la existencia que nos dicta el sentido común contemporáneo” (Alvaro, 2021; p.62) es uno de los ejemplos, ligados a la idea de autotransformación, que comienza a aparecer en las escuelas a partir del programa de los Clubes TED-Ed. No es un dato menor que este tipo de terapias se encuentren profundamente ligadas al mundo empresarial. Tal es así que el fundador del coaching ontológico Rafael Echeverría señaló, en el coloquio IDEA n°53, al empresariado como “la palanca fundamental de la transformación histórica” (citado en Jacky Rosell, 2021).

En el proceso de autotransformación que construye Clubes TED-Ed se consolida la imagen del sujeto en tanto proyecto, con las técnicas del self-emprendedor como salida de la improductividad, activando la posibilidad de hacer uso de su capital (Bröckling, 2015; Simons y Maschelein, 2006), en la que cualquier elemento puede ser usado para revalorizar la empresa de sí. Las competencias orales que aporta el programa y que describen con precisión los libros de Anderson, Gallo y Donovan se sitúan en sintonía con las terapias contemporáneas. Pueden ser utilizadas para cambiar el mundo, siempre que se priorice el éxito y se deje de lado cualquier definición de lo político.

Muchas de las teorías que hablan sobre empoderamiento, proyectos, creatividad y liderazgo concluyen que el entusiasmo es una variante con la cual reorientan hacia estas nuevas características del sujeto que esperan formar. En su trabajo sobre la precariedad laboral en el ámbito cultural y académico, Remedios Zafra sugiere que la agenda neoliberal combina tanto la precarización con la conectividad, al tiempo que el

“entusiasmo sostiene el aparato productivo” (Zafra, 2017). La búsqueda constante de actividad se apoya en la motivación y la productividad, que impulsa a los individuos a estar constantemente en acción. La aparición de prácticas que se centran en la auto-transformación mediante la creatividad, involucran estrategias de gobierno de sí que pone en el centro la necesidad del impulsarse para cambiar las condiciones. Se trata de un “entusiasmo inducido” que

se ha convertido en herramienta capitalista que permite mantener la velocidad productiva, esconder el conflicto bajo una máscara de motivación capaz de mantener las exigencias de la producción a menor coste. Sus formas amables y positivas son buscadas y preferidas para no ceder a los ritmos de consumo, arrojadas por un mundo que pareciera caracterizarnos por hacernos cliente o por hacernos atender a clientes. (Zafra, 2017, p.32).

Estas exigencias del gobierno de sí apoyadas en la precariedad redefinen “la responsabilidad en términos de la exigencia impuesta al individuo en tanto emprendedor de sí, justamente cuando las condiciones sociales hacen imposible tan dudosa inclinación” (Butler, en Zafra; p. 47). El esfuerzo neoliberal se traduce en consignas, al modo de la publicidad, que destacan la capacidad autogestiva del sujeto.

En una obra de 1966 del artista estadounidense John Baldessari, titulada “los términos más útiles para describir obras de arte creativas” (“Most useful terms in describing creative works of art”)<sup>10</sup>, se presentaba una larga lista de palabras que incluía términos como “único”, “inspiración”, “motivación”, “desafiar”, “comunicar”, “crear”. Así intentaba, irónicamente, presentar el vocabulario de los críticos de arte de la época. Recuperando el gesto humorístico de Baldessari, pero con la determinación que requiere la crítica a los discursos pedagógicos del emprendedurismo, es necesario seguir construyendo variantes teóricas que pongan en discusión el nuevo vocabulario que se está desplegando de la mano de grandes empresas, fundaciones y gobiernos neoliberales y estudiar por qué resultan atractivos y se expanden en el marco escolar.

---

<sup>10</sup> La serie incluye una diversidad de obras que mantienen el tono planteado por Baldessari en el período 1966-1968. Allí se incluye, entre otras obras, “Tips for artists who want to sell”, “What is painting” y “Everything is purged from this painting but art, no ideas have entered this work”.

## BIBLIOGRAFÍA

Abramowski, A (2010). *Maneras de querer. Los afectos docentes en las relaciones pedagógicas*. Buenos Aires: Paidós.

Abramowski, A (2018). Respiración artificial. El avance de la educación emocional en la Argentina, *Revista Bordes X. Revista de política, derecho y sociedad*. Agosto-Octubre, Pp.9-17. Consultado el 21 de febrero de 2020 desde: <http://revistabordes.unpaz.edu.ar/respiracion-artificial/>

Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad: Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Buenos Aires: Caja Negra.

Anderson, C. (2016). *Charlas TED: La guía oficial para hablar en público*. Buenos Aires: Paidós.

Alvaro, D. (2021). *Vidas diseñadas: Crítica del coaching ontológico*. Buenos Aires: Ubu Ediciones.

Azcurrea Mariani, A. C. (2019). Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas?, en *Revista Hipertextos*, 12(7), pp. 98-119. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://doi.org/10.24215/23143924e005>

Ball, S. (2012). *Education INC: New Policy Networks and the Neoliberal Imaginary*. Nueva York: Routledge.

Banet Weiser, S. (2007). *Kids Rule! Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Duke University Press.

Barry, A. (1999). Invention and Inertia, *The Cambridge Journal of Anthropology*, Vol. 21, No. 3, pp. 62-70.

Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin: Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.

Berardi, F. (2019). *La fábrica de la infelicidad*. Buenos Aires: Tinta Limón y Traficantes de sueños.

Boltanski, L y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.

Bragg, S. (2007). “Student Voice” and Governmentality: The production of enterprising subjects?, *Studies in the Cultural Politics of Education*, 28 N°3, pp. 343-358. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://doi.org/10.1080/01596300701458905>

Breton, P. y Le Breton, D. (2011). *El silencio y la palabra contra los excesos de comunicación*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Britzman, D. (1997). The tangles of implication. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 10:1, 31-37. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://doi.org/10.1080/095183997237386>

Bröckling, Ulrich (2015). *El Self emprendedor. Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago de Chile: Editorial Universidad Alberto Hurtado.

Bröckling, Ulrich (2011). Gendering the enterprising self: subjectification programs and gender differences in guides to success. *Distinktion: Scandinavian Journal of Social Theory*, 6:2, 7-25. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://doi.org/10.1080/1600910X.2005.9672910>

Brown, W. (2015). *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. México: Malpaso.

Cabanas, E. y Huertas, J. (2014). Psicología positiva y psicología popular de la autoayuda: un romance histórico, psicológico y cultural, en *Anales de Psicología de la Universidad de Murcia*, vol 30, N°3. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-97282014000300009](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282014000300009)

Castellani, A. (2019). *¿Qué hay detrás de las fundaciones y ongs educativas? las redes de influencia público-privadas en torno a la educación argentina (2015-2018)*. Buenos Aires: CITRA

Castro, E. (2014). *Introducción a Foucault*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Castro, E. (2018). *Diccionario Foucault: Temas, conceptos y autores*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Catalano, S. (2017, septiembre 30). *Por qué el dueño de MercadoLibre le declaró la "guerra" a los bancos*, Infobae, Economía. Consultado el 21 de febrero de 2020 desde: <https://www.infobae.com/economia/finanzas-y-negocios/2017/09/30/por-que-el-dueno-de-mercadolibre-le-declaro-la-guerra-a-los-bancos/>

Colectivo C4chiv4 (2020). *Capitalismo a los Bezos*. Consultado el 21 de febrero de 2020 desde: <https://lobosuelto.com/capitalismo-a-los-bezos-colectivo-c4xiv4/>

Clubes TED-Ed (2020). *Guía para facilitadores*, Buenos Aires.

Crary, J. (2015). *24/7: Capitalismo tardío y el fin del sueño*. Barcelona: Ariel.

D'Arrisso, J. (2018, octubre 18). Martín Migoya: *"Hagamos que la educación sea más parecida a los recreos y a la vida"*, La Nación, Economía. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.lanacion.com.ar/economia/empleos/martin-migoya-hagamos-educacion-sea-mas-parecida-nid2178963/>



Deleuze, G. (2005). Post Scriptum sobre las sociedades de control, en Deleuze, G. *Conversaciones*. Valencia: Pre-Textos.

Deleuze, G. (2005). Control y Devenir, en Deleuze, G. *Conversaciones*. Valencia: Pre-Textos.

Donovan, J. (2013). *Método TED para hablar en público: Los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo*. Barcelona: Ariel

Dreyfus, P y Rabinow, H.L. (2017). *Michel Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Buenos Aires: Monte Hermoso Ediciones

Dussel, I. (2011). *VII Foro Latinoamericano de Educación: Aprender y enseñar en la cultura digital*. Buenos Aires: Santillana.

Dussel, I. (2013). The death and life of the great American school system: how testing and choice are undermining education, de Diane Ravitch, en Beech, J. (ed.), *Revista de Política Educativa*. Buenos Aires: Prometeo

Dussel, I. y Acevedo, A. (2021) *Deepening inequalities and weakening the public in schools: Policies, technologies, and “taskification” during the coronavirus pandemic in Mexico*

Dussel, I. y Dahya, N. (2017). Introduction: problematizing voice and representation in youth media production, *Learning, Media and Technology*, 42:1, 1-7. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://doi.org/10.1080/17439884.2016.1205602>

Dussel, I. y Fuentes Cardona, M.G. (2021). Los grupos de whatsapp y la construcción de nuevas ciudadanía en las escuelas, *Dossiê | Democracia, Escola e Mudança Digital: Desafios da Contemporaneidade*, educ. soc, 42-202. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://www.scielo.br/j/es/a/bsZ9HWKbyQPyxM9ZT8byQvk/?lang=es>

Durand, C. (2021). *Tecnofeudalismo: Crítica de la economía digital*. Buenos Aires: La Cebra.

Ellsworth, E. (1999). ¿Por qué esto no parece empoderante? Abriéndose camino por los mitos represivos de la pedagogía crítica, en Marisa Belausteguigoitia y Araceli Mingo (eds.), *Géneros Prófugos*. México: Paidós, pp.55-88.

Feldfeber, M., Duhalde, M. A., Caride, L., Abal Medina, M. D. (2016). *Tendencias privatizadoras “de” y “en” la educación argentina*. Buenos Aires: Confederación de Trabajadores de la Educación de la República Argentina - CTERA,

Feldfeber, M., Puiggros, A., Robertson, S., y Duhalde, M. (2018). *La privatización educativa en Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Confederación de Trabajadores de la Educación de la República Argentina – CTERA.

Feldfeber, M., Caride, L., Duhalde, M. (2020). Privatización y mercantilización educativa en Argentina: Formación de subjetividades y construcción de sentido común durante el gobierno de Cambiemos (2015-2019)

Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.

Foucault, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France (1978-1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Foucault, M. (2012). *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Foucault, M. (2014). *Defender la sociedad. Curso en el Collège de France (1975-1976)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Friedrich, D. S. (2014). Global Microlending in Education Reform: Enseñanza por Argentina and the Neoliberalization of the Grassroots. *Comparative Education Review*, 58(2), 296–321. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.jstor.org/stable/10.1086/675412?origin=JSTOR-pdf>

Furman, M., Taylor, I., Merpert, A., Yatche, T., Jacob, M., Ottaviano, M., Benegas, C. y Luzuriaga, M. (2019), Becoming TED speakers in school: Student Development Through Participation in TED-Ed Clubs, *Journal of Youth Development* 14(4), pp.164-177. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde [https://www.researchgate.net/publication/337961849\\_Becoming\\_TED\\_Speakers\\_in\\_School\\_Student\\_Development\\_Through\\_Participation\\_in\\_TED-Ed\\_Clubs](https://www.researchgate.net/publication/337961849_Becoming_TED_Speakers_in_School_Student_Development_Through_Participation_in_TED-Ed_Clubs)

Gago, V. (2016). *La razón neoliberal*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Gallo, C. (2017). *Hable como en TED: Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores*. Buenos Aires: Editorial Conecta.

García, R. (2000). *El archivo de occidente*. Eudeba: Buenos Aires.

Hay, S. y Kapitzke, C. (2009). “Smart State” for a knowledge society: Reconstituting creativity through student subjectivity, en *British Journal of Sociology of Education*, 20 n°2, pp.151-164. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://www.jstor.org/stable/40375415>

Illouz, E. (2007). *Intimidaciones congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz

Illouz, E y Cabañas, (2019). *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós

Ingraham, C. (2020). *Gestures of concern*. Duke University press

Jacky Rosell, E. (2021) Santiago, California. Una genealogía del coaching, en Alvaro, D. (comp). *Vidas diseñadas: Crítica del coaching ontológico*. Buenos Aires: Ubu Ediciones.

Jacob, Mariana (2019). *Ideas que transforman: Logros y desafíos en la implementación del programa Clubes TED-Ed en 5 escuelas secundaria de la Provincia de Buenos Aires*. Buenos Aires

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Kohan, W. (2004). *Infancia. Entre Educación y Filosofía*. Buenos Aires: Laertes

Lather, P. (2008) Against Empathy, Voice and Authenticity en Jackson, A. Y. y Mazzei, L.A. (eds). *Voice in Qualitative Inquiry: Challenging conventional, interpretive, and critical conceptions in qualitative research*. London: Routledge.

Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta Limón.

López Petit, S. (1996). *Horror Vacui*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.

Loveless, A. & Williamson, B. (2017). *Nuevas identidades de aprendizaje en la era digital. Creatividad - Educación - Tecnología - Sociedad*. Madrid: Narcea.

Maggio, M. (2018). *Habilidades del siglo XXI: cuando el futuro es hoy. Documento básico, XIII Foro Latinoamericano de Educación*. Buenos Aires: Santillana

Marazzi, C. (2014). *Capital y Lenguaje. Hacia el Gobierno de las finanzas*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Martínez, M. (2014). *Cómo vivir juntos. La pregunta de la escuela contemporánea*. Córdoba: Editorial Universitaria Villa María.

Masschelein, J. y Simons, M. (2014). *Defensa de la Escuela. Una cuestión pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Masschelein, J. y Simons, M. (2006). The Learning Society and Governmentality: An introduction, *Educational Philosophy and Theory*, 38:4, pp.417-430, Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1469-5812.2006.00202.x>

Masschelein, J. y Quaghebeuer, K. (2005). Participation for better or for worse?. *Journal of Philosophy of Education*, vol. 39, n°1, pp.51-65.

Masschelein, J., Simons, M., Bröckling, U., y Pongratz, L. (2006). *The Learning Society from the Perspective of Governmentality*, *Educational Philosophy and Theory*, 38:4, pp.415-415, Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1469-5812.2006.00201.x>

Miguel, M. (2013, Junio 29). “Cambios para la secundaria de 2020”, Página 12, Sociedad. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-223346-2013-06-29.html>

Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires (2015). *Nueva Escuela Secundaria: Diseño Curricular. Formación general Ciclo básico del Bachillerato*, Buenos Aires. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: [https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/dc\\_nes.pdf](https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/dc_nes.pdf)

Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires, *Documento Base sobre emprendedurismo para educación en Ciudad de Buenos Aires*. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde [https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documento\\_base\\_sobre\\_emprendedorismo.pdf](https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documento_base_sobre_emprendedorismo.pdf)

Mónaco, J., Pisera, A. y Sztulwark, D. (2017), *De Foucault a Marx, el hilo rojo de la crítica*. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://lobosuelto.com/de-foucault-a-marx-el-hilo-rojo-de-la-critica-julian-monaco-alejandro-pisera-y-diego-sztulwark/>

Orono, L. (2018). TED Ideas worth spreading. Un análisis sobre la construcción de perfiles profesionales en el Siglo XXI, en Romé, N. (comp.), *Política y subjetividad en la escena ideológica neoliberal. Aportes de investigación crítica en comunicación*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales.

Osborne, T. (2003). Against “creativity”: a philistine rant, *Economy and society* 32, nº4, pp.507-525. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0308514032000141684>

Papalini, V. (2015). *Garantías de felicidad. Estudio sobre los libros de autoayuda*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Popkewitz, T.S., Olsson. U. y Petterson, K. (2006). The Learning Society, the Unfinished Cosmopolitan, and Governing Education, Public Health and Crime Prevention at the Beginning of the Twenty-First Century, *Educational Philosophy and Theory*, 38:4, pp. 431-449. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1469-5812.2006.00203.x>

Pope, R. (2005). *Creativity: Theory, History, Practice*. Nueva York: Routledge.

Ravel, J. (2009). *Diccionario Foucault*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.

Reagan, R. (1985, mayo 28). *Address to the Nation on Tax Reform*. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <https://www.reaganlibrary.gov/archives/speech/address-nation-tax-reform-may-1985>

Rose, N (2019). *La invención del sí mismo. Poder, ética y subjetivación*. Santiago de Chile: Pólvora Editorial.

Sadin, E. (2020). *La silicolonización del mundo*. La irresistible expansión del liberalismo digital. Buenos Aires: Caja Negra.

Sarchman, I. (2020). La insoportable levedad de algunos discursos, en Martínez, M. y Sarchman, S., *La imprevisibilidad de la técnica*. Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Schwartz, O. (2020). *What actually were Ted Talks? And are they finally over?*. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: [https://oscarschwartz.substack.com/p/what-actually-were-ted-talks?utm\\_source=url](https://oscarschwartz.substack.com/p/what-actually-were-ted-talks?utm_source=url)

Sibilia, P. (2012). *¿Redes o Paredes? La escuela en tiempos de dispersión*. Buenos Aires: Tinta Fresca.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Srnicek (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

Sztulwark, D. (2019). *La ofensiva sensible*. Buenos Aires: Caja Negra.

Sztulwark D. (2022). *Política del síntoma*. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde <https://lobosuelto.com/politica-del-sintoma-diego-sztulwark/>

Thrift, N (2005). *Knowing Capitalism*. London: Sage.

Virilio. P (2005). *Cibermundo: Política de lo peor*. Editorial Cátedra: Madrid.

Vommaro, G. (2017). *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Ediciones.

Wallis, C. y Steptoe, S. How to Bring Our Schools Out of the 20th Century, *Revista Time*, Vol. 168, n°25. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,1568480,00.html>

Williamson, B. y Hogan, A. (2020). *La comercialización y la privatización en y de la educación en el contexto de la COVID-19*. Investigaciones Internacional de la Educación. Consultado el 21 de febrero de 2022 desde: [https://ei-ie-al.org/sites/default/files/docs/20200708\\_102224\\_la\\_comercializacion\\_y\\_la\\_privatizacion\\_en\\_y\\_de\\_la\\_educacion\\_en\\_el\\_contexto\\_de\\_la\\_covid-19.pdf](https://ei-ie-al.org/sites/default/files/docs/20200708_102224_la_comercializacion_y_la_privatizacion_en_y_de_la_educacion_en_el_contexto_de_la_covid-19.pdf)

Williamson, B. (2013). *The Future of the Curriculum: School Knowledge in the Digital Age*. The MIT Press: Cambridge.

Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de vigilancia*. Barcelona: Paidós.