

# Reflexiones críticas en torno al mundo intelectual universitario

Debate o discusión en teoría social

GT 25: Educación y desigualdad social

Álvaro Gaínza Veloso,  
Sociólogo<sup>1</sup>

## Resumen

Este trabajo reflexiona críticamente las relaciones sociales presentes en determinadas prácticas de producción de conocimiento del mundo intelectual académico y universitario. Con ello se pretende discutir un concepto de intelectualidad en relación a un concepto de enajenación que habita el espacio académico. Se analizan, desde una perspectiva curiosa y crítica, las prácticas de poder en el ámbito académico, reflexionando en torno a su campo de interés así como a un conjunto de relaciones sociales que se dan en los espacios universitarios.

## Actos de poder en el mundo intelectual universitario:

Un espectro acompaña a la práctica académica, intelectual y universitaria: el uso de la razón y de la exposición de ideas para vencer a otros, ganar prestigio, ganar poder y posiciones convenientes. Se usa el discurso y la palabra en una peculiar relación social para competir y luchar por ganar importancia, reconocimiento y aprobación. Este interés está preocupado en seducir, exhibirse y ser objeto de deseo para los otros. Hay un uso de la palabra y de la argumentación para conquistar a los demás. Se habla para ganar la atracción en los demás. Se habla para cautivar a los que rodean, sonar inteligentes o sofisticados. Se habla para vestirse de gala.

Este hablar hace piruetas. Pero desde una superficie que es muy básica, temerosa y muy preocupada en que los demás aprueben o se fascinen con este modo de hablar. Hay un miedo a “ser nadie”, a ser “nada”, a ser ninguneado. Se persiguen posiciones máximas, exitosas o convenientes. Es un particular modo en que se habla en los espacios académicos y universitarios: se habla buscando “ser alguien” para los demás. Se está muy preocupado de que los actores participantes del mundo académico y las audiencias se atrapen y enreden en estos encandilantes espectros y moldes de prestigio personal. El mundo académico construye sus propias pasarelas para que desfilen y se exhiban las personas importantes que hablan para ganar y hablan para competir. Se actualiza y decora esta pasarela de intelectuales, académicos, investigadores universitarios que compiten y posan al interior de rituales institucionales en los que se distribuyen posiciones de poder y se arman equipos y bandos.

De este modo se corre para agarrar algún lugar cercano al círculo de personas importantes, captar sus léxicos de moda e imitar los estilos más efectivos para “ser alguien”. Así los más jóvenes siguiendo a los más viejos, para elogiarlos o combatirlos, para confrontarlos o derrotarlos ante los públicos y audiencias que circulan la noticia. Asoma aquí lo predatorio que acompaña al mundo académico, en que la pertenencia al mundo intelectual universitario es la exhibición de una mente entrenada para combatir y luchar. Hablar para vencer o para lucirse es un particular modo de ganarse el respeto universitario. Hablar o escribir para ascender en la escala de superioridad frente a testigos y públicos que aplauden y gozan estos espectáculos en que se reproducen estas prácticas de competición y carrera en las instituciones universitarias y de educación superior.

---

<sup>1</sup> Docente e Investigador Escuela de Sociología, Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

Hay una especie de fetichismo. Una relación social torcida en que la razón exhibicionista -con discursos y hablas que corren por el reconocimiento de los otros-, cultiva una práctica erística<sup>2</sup>, de batalla y de conquista, persiguiendo fama, poder e influencias en los centros de reflexión y producción de ideas.<sup>3</sup> Es un objeto de atención y de reflexión sociológica esta peculiar racionalidad académica interesada en la *forma* para presentarse vigente o en vencer a los adversarios y oponentes ante las audiencias de turno. Se lucen y se elogian entre expositores frente a los círculos ilustrados o públicos que asisten a la vitrina de ideas decoradas para lograr admiración, aprobación o se imitan para obtener reconocimiento. Un academicismo empobrecido y unidimensional entrena la mente para lucirse, para acaparar la atención, para volverla débil y viciosa, estrecha por competir y ganar la mirada aprobatoria de los otros. La intelección aquí persigue conquistar al otro, desea la adulación de los demás y se entrena desde una intencionalidad de guerra, desde una lógica de conquista, desde una ansiedad por figurar y tener algo de poder. Se ha naturalizado una racionalidad de más a más, persecutoria de triunfos y logros con que escudarse, guarecerse y adornarse en el mundo universitario. Una racionalidad máximo-arribista y competitiva, formateada para actuar como intelección bélica que asalte, gane, compita, conquiste: es la “Hybris” del “Homo Academicus”.<sup>4</sup>

Hay un “exceso”, una peculiar “actitud” para posar y lucirse en escenarios ilustrados, académicos y científicos donde validarse y demostrar el entrenamiento de una mente ilustrada que además de hilar ideas persigue ser convincente en las pruebas y gracias que da para la mirada y el escrutinio de los otros. Una actitud que busca ser convincente, una mente preocupada por sonar bien y quedar aprobada por los que así también son. Un exceso en lucir esta mente preocupada por ganar la aprobación social, en probar su intencionalidad convencitiva, que puede medirse y confrontar con los que se atraviesen en el camino. Se trata de un increíble y tortuoso esfuerzo para “ser alguien” frente a los otros. Una gigantesca explosión de energía para ganar la aprobación y lograr “ser alguien”. Una energía muy concentrada y, por lo mismo, reducida, que se agita inquieta y temerosa para lograr y mantener la validación entre los pares y públicos.

Increíbles explosiones de energía se encumbran como ideas para lograr estar en carrera o para ganar irrelevantes puntos en la disputa en que se miden las personas de “conocimiento” para mostrar su vigencia, asestar sorpresivos golpes con ideas novedosas, envolver en trampas con otras tantas ideas fortificadas, arrinconar con ideas que sirvan de asedio y de subordinación a los argumentos aprendidos para ganar batallas por una mente entrenada para competir y prevalecer. Una mente entrenada para conquistar y convencer.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> “Tomado del griego “eristikós ‘consistente en discusiones’, deriv. de éris ‘disputa’ ” (Corominas; 1997:239). Es el arte de la disputa con “(...) un inmoderado apetito de triunfar sobre el adversario por encima de las exigencias de la verdad (...)”; cf: Ferrater Mora; 1994: 1048). Busca como único objetivo la victoria en la discusión, usando una sutil argumentación y elementos de retórica.

<sup>3</sup> Se enfatiza aquí en las ciencias humanas o sociales así como a las jurídicas donde esta práctica es muy común, aunque podrían extenderse, según el análisis y el contexto, a las ciencias naturales, al mundo político, al mundo del arte, de los opinólogos y personalidades de TV, al mundo tecno-científico, religioso, militar, etc.

<sup>4</sup> Hybris: excesivo, desbocado, desmesura. También se entiende como “Arrogancia de la palabra o pensamiento que en la tragedia griega y en el teatro derivado de ella constituye una falta trágica que conduce al héroe a su perdición.” Cf. Marchese y Forradillas: Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria; Editorial Ariel, Barcelona, España, 1991, p. 201. Debo la palabra al semiólogo Gastón Gaínza Álvarez durante nuestras gratas e intensas conversaciones en Chile en el verano de 2012.

<sup>5</sup> Convencer y convincente vienen del verbo latino vincere (vencer). Se asocia a la noción de victoria. Los griegos y romanos la deificaron como una diosa alada (difícil de lograr, cambiante y fugaz) y que internacionalmente ha inspirado a la destacada marca deportiva Nike.

El uso del lenguaje y de las ideas para convencer, vencer o predominar en relación a otros, son un punto de referencia clave para estimular la racionalidad competitiva y para animar las actividades académicas del “ceremonial intelectual” que modela y se exhibe. Mediante este proceder la mente hace algo particular: simula expresar un saber ocultando una acción motivada para ganar el reconocimiento de los demás. Hay una intencionalidad de maximidad (“superior” – “inferior”) en la relación social con los otros. Una intencionalidad egótica muy básica y desesperada desde la cual este ser intelectual busca definir la situación a su favor para gozar del reconocimiento y aprobación social. La definición de la situación ha acontecido desde la simulación o el simulacro. De paso se deslinda la realidad y sus contornos bajo un esquema de interpretación que sobresalga en lo que se tiene por cierto o válido en las disputas e intercambios de ideas. Así, con estas ideas afiladas para competir, todo parece más convincente en estos artificios, en esta intelección postiza para exhibir la propia idea de realidad como “verdadera” sobre los otros, o gracias a la cooperación estratégica de los bandos.

Destacan estas peculiares relaciones sociales que sostienen una desesperada pretensión egótica y de “bandos” por predominar y lograr distinción en la relación con los demás. Hay toda una práctica social en el mundo académico universitario que se ha instituido o institucionalizado como un modo de relación con el mundo de las ideas y de la reflexión en que la mente está entrenada y formateada para competir y ganar la aprobación social para poder “ser alguien”. Se trata de una relación social institucionalizada y vivida como normal o familiar que aspira a medirse con los demás en batallas intelectuales de superioridad-inferioridad ansiosas y esforzadas en convencer a públicos y audiencias y vencer frente a ellos en disputas y duelos ceremoniales y ritualizados al interior de los espacios académicos. El público se usa como destinatario de una suerte de show - espectáculo para ganar y convencer implicándolo como “jurado” que evalúa y califica a los que compiten en la “carrera”.

Opera como un coliseo romano de batallas de ideas seductoras e hipnotizantes donde unas ganen a otras para que el “actor intelectual” gane ante los demás como si se tratase de un escenario donde exhibirse y ser admirado, aclamado: hay una gran pobreza triste en toda esta estética retórica, en toda esta escenografía ceremonial de las personas del mundo intelectual académico universitario agitado por “ser alguien” y conquistar posiciones de poder en los espacios institucionalizados del conocimiento.

### **Cosas para “ser alguien”**

El mundo intelectual universitario, académico, científico, presenta así un síntoma, una rareza: la búsqueda de una marca de identidad por “ser alguien” compitiendo en una carrera que otorgue distinción y reconocimiento en la comunidad científica y académica. Aplausos, felicitaciones, elogios y notoriedad acompañan la carrera. Vanidad, ambición, trampas, secretos, batallas y conquistas de poder animan la carrera.

Aquí compiten por figurar, ganar admiración y celebridad. Lo que aparece como signos vitales de aclamación, distinción, el flash institucional de la notoriedad que entra como dato glamoroso en la web, en el marketing, en la marca, en el mercado de las instituciones académicas y del conocimiento científico e ilustrado, son signos vitales de un particular individuo desesperado por “ser alguien” a través de las premiaciones, trofeos y diplomas con los que se viste y recubre para darse un “sí mismo”, una identidad de éxito donde “ser alguien” exige tener condecoraciones para vivir en sociedad.

La carrera exige ir a toda marcha, a toda prisa, para evitar quedar fuera de la noticia y de las premiaciones del escenario social, académico o empresarial-universitario. No soportamos la “pobreza” de vivir sin esa pasarela de estrellato y distinción que un otro rellena (como si hubiera un vacío sin fondo) mediante acciones que reparten poder, cargos, y tareas que complacen y sosiegan la desesperada carrera por “ser alguien”.

Títulos, certificados, diplomas e insignias son perseguidos como fetiches que se acumulan en la carrera para “ser alguien”. Como el otrora caballero medieval, hoy es ungido, investido, y coronado el hombre intelectual moderno, el “homo academicus”, como miembro de una casta, de una elite, de un señorío, de un tipo de excelencia.

En esta búsqueda de reconocimiento social, de un buen ranking, de fama, de favoritismo, prestigio y poder jerárquico, el mundo intelectual universitario se ve constreñido por el proceso de aceleración y de correr a toda velocidad por una autopista excesiva y desesperada por alcanzar un éxito que está “afuera” y depende de “conquistar” a los otros.

Se da esto: la *forma* es lo que se toma para recubrir la presentación de las ideas. Una órbita de miseria y “arribismo ilustrado”. Una estética retórica. Así lo que se dice en un escenario o debate se presenta bajo el ropaje y la parafernalia de un discurso con conceptos que parezcan muy complejos, cultos, selectos o doctos. Se pretender revestir las palabras con un efecto de show o exhibición de palabras difíciles y rebuscadas frente a una audiencia que vea esa rareza terminológica y esos complacientes hábitos/vicios de retórica conceptual como imagen real de intelectualidad. Pero aquí lo real es ilusorio, fantástico. Es la superficie que se ornamenta con léxicos cautivantes que se abrazan según la época y la moda. Es una superficie artificial motivada por personas que desean “ser alguien”. Pero en su carrera por perseguir cosas para “ser alguien” construyen una superficie que se torna una costra. Se hace pesada y afecta a la persona que la aferra porque ya ha eliminado una parte de sí a favor de “ser alguien” por las cosas de afuera que se tienen para lograr jerarquía y mayor reconocimiento. Hay una energía egótica, dependiente de lograr una creencia colectiva en la audiencia de que escucha o presencia a un “auténtico” intelectual y persona distinguida que está en las alturas del conocimiento. Hay un mundo social que hace posible todo esto donde los individuos académicos se sujetan y se crían en estas particulares relaciones sociales.

Tenemos ante nosotros una escenificación, un actor con un personaje de intelectual-investigador universitario que actúa para los demás cumpliendo una actividad intelectual artificial, sustituta, impostora, burocrática. Pero eso informa también de que el actor con el personaje de intelectual está deseando y necesitando obtener el reconocimiento y aprobación de la audiencia para poder “ser alguien”.

Lo que parece aquí tan lúcido y brillante puede ser una gran administración burocrática de archivadores, de carpetas, para re-localizar y cascarear ideas. El intelectual-burócrata parece ser un gran pensador, un investigador - académico que maneja asuntos complicados que sólo pertenecen al mundo de los doctos, de los saberes más elevados o de los profesionales “expertos” que como magos o ilusionistas se suman a ideas de realidad que revisadas con calma presentan fallas de material, o se montan sobre fallas sísmicas, y esas fisuras las desmoronan en ocasiones como frágiles castillos de naipes. Sean léxicos epistemocráticos, o la experticia cuanti / cuali, todo sirve como “efectos especiales” para “avanzar” en la carrera. Todos parecen correr como estilo canónino de vida, como “fetichismo” de la vida humana persiguiendo “cosas” en una autopista con espejismos futurizados.

Conquistar “cosas” para “ser alguien” reduce y cosifica nuestra condición humana y nuestro estar en el mundo. Absorbe y devora el espacio reflexivo del que participamos por la carrera desbocada y de exceso de “más a más”. Lograr medallas y diplomas en el mundo intelectual, académico e investigador universitario. Se llena de autopistas con anuncios para ganar y vencer camino al conocimiento. Y que está allá afuera, allá lejos, pasando por los templos y los mall de las instituciones educacionales. La promesa de conocimiento es un supermercado gigante.

El intelectual, académico investigador universitario está interesado en lograr algo de los demás: conquistarlos, convencerlos, convertirlos. Está en el “reino de la necesidad” o en el “estado de necesidad”. Necesita de los demás para que le den su aprobación, aclamación o una identidad distinguida entre todos los que se prueban y miden.

Esta actitud de exhibirse opera como arjé o principio en sus deseantes vidas y para ello deben esforzarse y aprender a simular, actuar y aparentar la “forma”, la “cáscara”, el “envase” que se promueve desde el mercado de las ideas para conquistar aprendices desesperados para escapar también al ninguneo o a la indiferencia institucional universitaria. Comprando así esos envases como valores naturalizados dentro de un consumo por la forma (valores de uso y de cambio en el tráfico de ideas y discursos), estamos en una órbita de miseria intelectual, un academicidio. Se gira en torno de espectros y de fantasmagóricos ídolos del foro, ídolos del teatro. La riqueza del intelecto depende de convencer al resto de que somos importantes y de que nos den esa importancia que perseguimos en la carrera por “ser alguien”.

El modo de relación con uno mismo está enajenado. Se busca “ser” para la expectativa puesta en el otro. Es una relación social donde el ego ejecuta actos destinados a ganar el reconocimiento y aprobación del otro. Es un modo de escindirse de sí para ser-para-el-otro y así el yo y la conciencia de sí se fabrica desde su ser-para el-otro. Hay un tipo peculiar de “enajenación” implicado aquí que dejaremos pendiente por ahora.<sup>6</sup> Hemos quedado en una situación muy dañina.

### **Juegos de sociedad y simulacros universitarios**

Un autor fundador de la sociología como Simmel había visto esta “carga” de cosas que mediatizan las relaciones humanas y planteó la idea de que el “querer superar al otro”, “el querer ganar”, “el engaño y la revancha” son “juegos de sociedad” (formas de interacción y socialización). Con ellos se juega a sociedad. Planteó que existen otros tipos de juegos sociales (estaba adelantado a su época en cuanto a la noción de juegos incluso anticipando la relevancia de la noción británica de “juegos de lenguaje” al concebir a la “conversación” como el soporte más amplio de la sociedad (Simmel, 2003:93) como el juego de practicar una interacción como si se diera entre iguales. Pero para ello la sociabilidad debe crear un juego en que los seres resultan iguales, creando el artificio o la ilusión de que a través de este juego los seres resultan “iguales”:

“(…) se despojan de tantas partes de sus contenidos materiales y que se modifican tanto en su significado exterior e interior que resultan ser iguales como seres sociales (...)” (Simmel, 2003: 90).

Esta idea de “ilusión social” de Simmel la titula “el mundo artificial de la sociabilidad” (p. 88) en que se practica un juego en el que “se hace como si todos fueran iguales y al mismo tiempo como si se hiciera honor a cada uno en particular. Asocia este tipo de juego social a la sociabilidad creada en una sociedad que permite la democracia entre individuos de derechos iguales. Así el ser humano

“entra en la forma de la sociabilidad sólo con las capacidades, atractivos e intereses de su pura humanidad.” (Simmel; 2003: 86).

El autor valora que en esta sociabilidad la relación social esté mediada por la discreción usada frente a un “otro” como también hacia “uno mismo”: “de cara al propio yo” (Simmel; 2003: 86 y 87). Usa la noción kantiana del derecho en la relación entre “libertad” e “impulso”: la libertad de uno debe poder coexistir con la libertad de los demás. Así también el “impulso” de satisfacción individual debe ser compatible con la satisfacción de este mismo “impulso” en los demás. Es interesante cómo esta noción de sociabilidad se vincula con la idea de una naturaleza democrática que la constituiría. Incluye así

---

<sup>6</sup> Efectivamente esto da para un interesante aunque mayor análisis que desviaría lo que ahora se está planteando. Forma parte de otros textos en que se atienden estos asuntos y que están en proceso de elaboración.

aspectos sociales diversos que puedan surgir de ella: discreción, libertad, “impulso social” y también una particular como el éxito: aquí utiliza la misma fórmula según la cual cada uno ha de conceder al otro el máximo de valores sociales compatible con el máximo de valores sociales recibidos. Pero aquí Simmel llega a una situación limítrofe. La noción de éxito exige un juego social mucho más particular ya que para que la naturaleza democrática de la sociabilidad juegue en sociedad debe darse entre iguales o entre las mismas clases sociales para que el “éxito” pueda ser puesto en una relación social compatible y democrática. Esto lo entiende Simmel como un rasgo de la vida social moderna que se encuentra “(...) sobrecargada de contenidos materiales y exigencias de asuntos. Deshaciéndonos de ellos en un círculo social, creemos volver a nuestro ser natural y personal (...)” (Simmel; 2003: 89) <sup>7</sup> El análisis que deriva a este “mundo artificial” da cuenta del deseo de construcción de una interacción exclusiva entre individuos “que no esté desequilibrada por ningún acento material” (Simmel; 2003:88). Es una sociabilidad entre “seres humanos”:

“(...) como lo que realmente somos, desprendiéndonos de todas las cargas, de todo el sentimiento de estar arrastrados en una y otra dirección, de todo lo demasiado y lo demasiado poco con que la vida real deforma la pureza de nuestra imagen (...)” (Simmel; 2003:88-89)

Cabe la inquietud si en un mundo donde este artificio de socialidad está más complejizado, donde las actrices, deportistas y los grandes rostros del cine y la televisión llaman a comprar (y endeudarse) en las grandes tiendas comerciales o a usar una marca, una tarjeta bancaria o la nueva tecnología de pagos y compras fáciles, ¿qué relación social desarrolla el mundo intelectual en su relación con el valor de cambio? ¿qué le ocurre al sentido de la reflexión en esta relación con un mercado que invierte en capital simbólico y que orienta-concreta las recomendaciones de Naciones Unidas y del Banco Mundial (2002) para la Educación del nuevo milenio?

Si en esta autopista tan cotidiana, en esta carrera de cada ser humano por ser “alguien” o “algo” se está en un trámite voraz que estresa a la mente, la vuelve ansiosa y temerosa, ¿se puede plantear inmune a la sociedad en que reside? ¿Está todo sano, nada frenético, nada acelerado en estas carreras profesionales y de los oficios intelectuales a la fila de las cosas que se desean para “ser alguien”?

### **Carrera científica - intelectual y fama publicista**

La carrera del conocimiento da la partida para que corran los más distinguidos desde posiciones más privilegiadas en los centros de saber-poder con mayor influencia y riqueza para publicar en la doble relación saber – notoriedad periodística. (Bourdieu; 2008) Esta notoriedad periodística que publica en algunas destacadas revistas académicas y científicas internacionales -que ha sido naturalizada- presenta la gala y pasarela de las figuras del pensamiento intelectual moderno.

Las celebridades del conocimiento coinciden con las distinguidas editoriales que los exhiben y publicitan. Cualquiera podría ver que esto es el “éxito” en la compleja sociedad global y por lo mismo parece “natural” que así sea. Son “los efectos noticiables de los resultados de los estudios” e

---

<sup>7</sup> Claro está, al menos en esta parte de sus ideas que no se atiende con mayor profundidad crítica a los aspectos más torcidos de estas relaciones sociales concebidas bajo la forma de “juegos sociales” y mundo artificial de la sociabilidad. Advierte sí que esta relación artificiosa sólo puede darse entre mismas clases sociales para evitar situaciones que él denomina “bochornosas” si éstas se mezclan (ibid; p 88). Su énfasis está en que esta sociabilidad más pura se puede dar al interior de cada clase social y no entre clases distintas. Pero la argumentación de fondo observa este social ideal (mundo artificial de la sociabilidad) que nos permita convivir en relaciones sociales más humanas, naturales y puras. Pues “(...) la vida real deforma la pureza de nuestra imagen” (Simmel; 2003:89) Aparece algo aparentemente contradictorio: lo artificial aquí busca lo natural y lo más auténtico de las personas.

investigaciones, como capacidad para re-comunicar a la opinión pública por medio de los medios masivos de comunicación.<sup>8</sup>

La energía humana expresada en ideas y conocimiento juega en la esfera de la publicidad. La energía humana como producción intelectual queda en un increíble escenario de luces y anuncios para modelar bajo la fama. Los esfuerzos de la fábrica de ideas son retribuidos con el prestigio y la distinción que vuelven ideal, natural y valorable (necesario) esta relación social como signo de “ser alguien”.

La energía humana está capturada. Está reducida. Está estancada. Depende de las cosas para “ser alguien”. Embiste eufórica y enceguecida por todas las cosas que nos dan distinción y una enorme monstruosidad que coloniza a la sociedad humana. Este espectro de “ser alguien” por “las cosas que tenemos”, por las distinciones, diplomas, condecoraciones, investiduras de conocimientos, opera como una meta que nos huye a medida que está adelante, una meta que nos aplaza, que está en el futuro, que nos despoja del tiempo presente para volcarlo hacia delante aturdiendo la mente para ganar cosas que nos prometen “ser alguien”.

Como plantea Bourdieu (2000: 78), la variable educativa y el capital cultural operan como principio de diferenciación casi tan poderoso como el capital económico.<sup>9</sup> En el mismo texto citado se hace alusión a este contingente o ejército de los “epistemócratas” que invaden el campo intelectual y su reproducción se asocia a su investidura de diplomas, de sociedad de diplomados, de capital de los diplomas y capital cultural (Bourdieu; 2000:146). Podríamos agregar a esto la noción de una epistemolatría y un culto a los epistemólatras.

El “poder universitario” es una capacidad para actuar sobre las esperanzas de los aspirantes y sobre las probabilidades de los competidores. La autoridad universitaria se funda en las “expectativas de carrera” en que se apoya a alguien sólo si apoya algo comprometido para ingresar a la carrera. El arbitraje sobre la carrera involucra un espacio intelectual donde se inculca y se refuerza en los aspirantes a los puestos codiciados la sumisión a los competidores más avanzados, constriñendo la relación ética con el trabajo científico y las formas y límites a la producción universitaria. (Bourdieu; 2008: 120 y 121)

La acelerada vida de los intelectuales-profesores-investigadores debe seguir persiguiendo los nuevos trofeos por los cuales la socialidad intelectual se vuelca hacia “afuera” para seguir corriendo sin tiempo, porque no hay tiempo, no nos queda tiempo: hay que escribir algo para mañana, publicar, postular al proyecto, correr a la reunión, evaluar proyectos, informes o tesis, responder toneladas de correos por internet, y así por todos los días siguientes. En el mundo intelectual universitario de las ciencias sociales y humanas el tiempo ni siquiera nos deja investigar cómo vivimos este tipo de tiempo. Ya se puede apreciar como lo normal que puede aparecer determinado modo de ser en una sociedad puede ser mórbido en otro estado de la civilización, y lo que no era crimen ni daño luego puede pasar a serlo. Es lo que Durkheim entiende como la energía de una moral expresada en los sentimientos para reprobar lo mórbido, torcido y patológico. Se requiere de esa energía –sentimientos colectivos- para reprobar las conductas y hechos que lastiman la vida colectiva y así evitar ser arrastrados por las influencias sociales de ellos. Esta energía es la que el autor distingue como parte constituyente de una moral solidaria para generar una sociedad que identifique y evite lo que daña a la vida humana. (Durkheim; 1986:116 y 117)

### **Competir entre docentes y excluir:**

Hay prácticas de poder en las que un profesor colega o con grado de amistad respecto de otro, desea evitar que este último adquiera un curso, influyendo en un nivel directivo o solamente administrativo

<sup>8</sup> Marcelo Arnold: “Fundamentos de la observación de segundo orden”; en: Manuel Canales (Editor): Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios. LOM Ediciones, Santiago de Chile, 2006, p.347.

<sup>9</sup> Pierre Bourdieu: “Capital Cultural, Escuela y Espacio Social”; Editorial Siglo XXI, México, 2000, p.78.

para ganar para sí mismo este curso. Aunque es una práctica oculta, semi-secreta o a escondidas para tener éxito, el profesor que ganó el curso haciendo trucos y triquiñuelas tratará al profesor afectado como un colega y amigo. Escenificando una definición de situación en la que está todo bien y nada necesita ser esclarecido. La relación social constituida por un campo (académico) en disputa de confrontación entre profesores universitarios que compiten -entre colegas- por lograr obtener un curso para asegurar su ingreso económico semestral o anual la observamos en las experiencias de docentes y académicos en un estudio que realizamos sobre los profesores universitarios a honorarios (los profesores-taxi).<sup>10</sup>

### **Lucha entre bandos**

Hay otro tipo de prácticas a nivel universitario en que se excluye a ciertas personas (docentes universitarios, académicos) al rotularse en algún bando contrario o menospreciado. Lo más usual es marginarlo de ciertos círculos, actividades y del acceso a cierta información provechosa. Así el grupo o “equipo” que define la situación a su favor puede evitar interactuar con otras personas que piensan diferente, que pueden discrepar con una argumentación consistente pero percibida como amenaza para el “equipo” que lo excluye. Así pueden mantenerse en el “equipo” sumando a miembros que respeten las reglas y posiciones de autoridad y poder del equipo que “define la situación” a los que entran o a los que son excluidos. Es lo que Goffman aborda en sus ideas en torno a la conformación de “equipos”, las “escenificaciones” así como el modo de interacción en relación a los ausentes y el trato con los auditorios y las personas excluidas (Goffman; 2006).

Esto produce un equipo que se debe favores y que se debe recompensar con el tiempo. Por eso estos equipos mantienen relaciones de tensión con otros equipos cuando en la necesidad de mantener el poder requieren negociar y confluir con los otros en puestos que se redistribuyen sin generar consecuencias no deseadas en sus posiciones actuales. Esto reproduce las estructuras de poder en las universidades como lo señala P. Bourdieu en su investigación sobre la investigación científica, el mundo académico y universitario (Homo Academicus). Como lo dice el propio autor:

“Si está claro que todas las otras estrategias de dominación no serían nada sin las estructuras que las hacen posibles y eficaces, no es menos evidente que la eficacia de los poderes otorgada por el dominio de las posiciones estratégicas que permiten regular el progreso de los competidores no se ejerce realmente sobre los recién ingresados –los ayudantes, por ejemplo– sino a condición de que acepten entrar en el juego de la competencia, y reconocer por lo tanto lo que está en juego. Por otra parte, el ejercicio del poder académico supone la aptitud y la propensión, ellas mismas socialmente adquiridas, para jugar con las posibilidades ofrecidas por el campo: la capacidad de “tener alumnos, de ubicarlos, de hacer que permanezcan en relación de dependencia” y de asegurar así el fundamento de un poder duradero (...) Y, a cambio de este arte, que es también una de las dimensiones del poder, a menudo sólo se ejerce con la complicidad más o menos consciente del aspirante, mantenido así, (...) con la disposición dócil y sumisa (...) que caracteriza al buen alumno de todas las edades.” (Bourdieu; 2008: 119)

Aquí se pueden sumar a un equipo dominante una persona que no posea los atributos de poder, eficacia y habilidad que puedan tener los demás del grupo pero se lo ingresa al equipo dominante como

---

<sup>10</sup> Se trata del estudio “El discurso de los profesores universitarios a honorarios o “profesores-taxi”: tensiones, disputas y apremios del docente en el actual Sistema de Educación Superior en Chile”, realizado entre el 2009 y 2011; realizado por un grupo de investigación de la Escuela de Sociología de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, con financiamiento interno de la universidad a través de los núcleos temáticos de investigación (NTI). Entre los participantes del estudio hay profesores y estudiantes avanzados de la escuela de sociología así como el propio autor de este texto ponencia.



parte de una estrategia en que opera como un “acompañante” (Goffman; 2006: 194-195). Cuando los grupos (equipos) usan con mayor facilidad sus sistemas de señales, más fácil será ocultar (incluso entre los mismos miembros de un equipo en tanto usan códigos, señales escenas típicas que indican cuando se puede bajar la guardia y abandonar la fachada) que funcionan/operan como “equipo”:

Cabe hacer notar, por último, que cuanto más inconscientemente se aprenden y emplean estas señales tanto más fácil es que los miembros de un equipo oculten, incluso ante sí mismos, el hecho de que en realidad funcionan como equipo. Como dijimos antes, el equipo puede ser una sociedad secreta aun para sus propios miembros.” (Goffman; 2006: 198)

En todas estas prácticas y escenificaciones que encubren las relaciones sociales que compiten son asuntos de reflexión sociológica. Así como las prácticas del mundo académico universitario y su relación social con la producción de las ideas. Es un punto de entrada para observar y compartir con todos ustedes.

### **Bibliografía:**

Arnold, Marcelo (2006):

“Fundamentos de la observación de segundo orden”; en: Canales, : Metodologías de investigación social. Chile, LOM,

Bourdieu, Pierre (2000):

Capital Cultural, escuela y espacio social; México, Siglo XXI.

..... (2008):

Homo Academicus; Argentina, Siglo XXI.

Corominas, Joan (1997):

Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana; Madrid, España; Gredos.

Durkheim, Emile (1986):

Las reglas del método sociológico; México, FCE.

Ferrater Mora, J. (1994):

Diccionario de Filosofía; Tomo II (E-J), Barcelona, España, Ariel.

Goffman, Erving (2006):

La presentación de la persona en la vida cotidiana; B. Aires, Argentina, Amorrortu.

Marchese, Angelo; Forradellas Joaquín (1991):

Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria; Barcelona, España, Ariel.

Simmel, Georg (2003):

Cuestiones fundamentales de sociología; Barcelona, España, Gedisa.