

Aprender
en tiempos de
Consumo

Viviana Bazán

Aprender
en tiempos de
Consumo

Claves psicopedagógicas para el aula,
el consultorio y la familia

 **Lugar**
Editorial

Bazán, Viviana

Aprender en tiempos de consumo : claves psicopedagógicas para el aula, el consultorio y la familia / Viviana Bazán. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Lugar Editorial, 2026.

138 p. ; 23 x 16 cm.

ISBN 978-950-892-949-5

1. Psicopedagogía. 2. Clínica Psicopedagógica. I. Título.

CDD 370

Diseño de interior: Silvia C. Suárez

Edición y corrección: Mónica Erlich

Queda prohibida la reproducción total o parcial de este libro, en forma idéntica o modificada y por cualquier medio o procedimiento, sea mecánico, informático, de grabación o fotocopia, sin autorización de los editores.

ISBN 978-950-892-949-5

© 2026 Lugar Editorial S.A.

(C1237ABN) Castro Barros 1754

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel.: (54-11) 4922-3175 / (54-11) 4924-1555

WhatsApp 11-2866-1663

lugar@lugareditorial.com.ar

www.lugareditorial.com.ar

lugareditorialdigital publica la

facebook.com/Lugareditorial

instagram.com/lugareditorial

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en la Argentina – *Printed in Argentina*

A mis colegas psicopedagogos, guardianes del aprender, que humanizan los espacios de juego y pensamiento.

A mis nietas, Isabella y Chiara, y a las generaciones de hoy y por venir; que las aplicaciones y pantallas jamás reemplacen la calidez de los afectos, el valor de lo natural ni la esencia de nuestra condición humana.

Mi especial gratitud a la Dra. Liliana Bin, por el honor de su prólogo y por haber sido el impulso necesario para continuar este camino.

Índice

Prólogo

Liliana Bin9

Introducción 11

Capítulo 1. El encuentro de dos mundos 15

Capítulo 2. El sujeto en la sociedad de consumo..... 25

Capítulo 3. Consumo y subjetividad: cómo se construye el deseo 37

Capítulo 4. Consumo y procesos de aprendizaje: entre la
inmediatez y la construcción del conocimiento 47

Capítulo 5. Infancias y consumo: la construcción del deseo
en tiempos de mercado..... 59

Capítulo 6. Familia, escuela y mercado: tensiones,
transformaciones, desplazamientos institucionales..... 67

Capítulo 7. ¿Cuándo el consumo se transforma en un problema de
aprendizaje?..... 79

Capítulo 8. Hacia un nuevo modelo de evaluación psicopedagógica:
la anamnesis de la ecología digital y de consumo..... 95

Capítulo 9. Guías prácticas orientativas para trabajar el consumo
en contextos educativos y terapéuticos 111

Capítulo 10. Conclusiones generales 125

Bibliografía general..... 129

Anexo 133

Prólogo

Liliana Bin¹

“Somos la última generación que recuerda cómo era vivir antes de la automatización permanente y quizás la primera que todavía puede decidir cuánto de lo humano quiere conservar.”

Balmaceda *et al.*, 2026².

Este libro es una apuesta al pensamiento crítico, el que implica razonamiento e individuación, frente a los avatares de la época.

Es difícil encontrar en una producción psicopedagógica la interrelación de las múltiples dimensiones humanas para explicar los acontecimientos. Definir una Psicopedagogía Integrativa en la que distintos marcos teóricos se amalgaman para explicar el ensamble entre lo interno y externo del sujeto, es bastante inédito.

Viviana Bazán lo ha logrado en este libro.

A través de años de trabajo con el tema, desde la función pública, lo ha ido gestando. Y hoy lo ofrece a la comunidad con análisis y “herramientas para formar ciudadanos más conscientes, menos vulnerables frente a las estrategias de manipulación del mercado y más capaces de tomar decisiones reflexivas” (Bazán, en este libro).

1 Dra. y Lic. en Psicopedagogía; Dra. en Psicología con Orientación en Neurociencia Cognitiva Aplicada.

2 Balmaceda, T.; De Paoli, M. y Marengo, J. (2026) *Los Últimos Humanos*. Buenos Aires. Galerna.

Escribir este libro implica un posicionamiento ideológico, como solemos realizar en cada acto de nuestra especialidad. Pero que no siempre transparentamos y, mucho menos, proponemos en el quehacer.

Este ofrecimiento de trabajo tendrá que ser consensuado con los consultantes y su familia.

Pero esta propuesta novedosa cubre una gran necesidad. Podemos ocupar posicionamientos disociados de la era digital en los diferentes ámbitos de inserción de la Psicopedagogía, pero, el tema es recurrente e insistente.

En educación todos los docentes nos preguntamos cómo utilizar la Inteligencia Artificial en el aprendizaje de los diferentes niveles, cómo lo incluimos en el desarrollo de los temas, cómo lo consideramos en las evaluaciones, etc.

A nivel familiar, los límites con relación a las pantallas es un tema que se impone, a veces, como situación de conflicto y consulta.

Introducirlo dentro del espacio terapéutico en forma sistemática es una gran propuesta creativa de Viviana Bazán, a través de "...interrogar la época en la singularidad de cada paciente" (en este libro).

Esta psicopedagogía crítica, como la autora la llama, es, sin duda, un camino hacia la humanización.

Introducción

La cultura del consumo y los desafíos actuales del aprendizaje

Vivimos en un tiempo histórico en el que el consumo dejó de ser únicamente un acto económico para convertirse en una forma de organizar la vida cotidiana, los vínculos y las maneras de construir identidad. Consumir ya no implica solamente adquirir objetos o servicios; implica también participar de determinados modos de pertenencia, reconocimiento y validación social.

Como plantea Zygmunt Bauman (2007), la transición hacia una sociedad de consumidores produjo una transformación profunda en las formas de subjetividad contemporánea. El mercado ya no solo ofrece productos: también instala modelos de éxito, modos de habitar el cuerpo, ideales de felicidad y formas de reconocimiento social. En este escenario, las personas son constantemente impulsadas a mostrarse, exhibirse y sostener una presencia permanente frente a la mirada de los otros.

Las infancias, las adolescencias y también la vida adulta se desarrollan hoy dentro de una cultura atravesada por la inmediatez, la hiperestimulación y la renovación constante del deseo. La lógica del mercado necesita que nada resulte completamente suficiente durante demasiado tiempo. Por eso, gran parte de los entornos digitales y de las estrategias publicitarias contemporáneas funcionan sosteniendo la sensación permanente de falta y promoviendo respuestas rápidas frente a cualquier experiencia de vacío, aburrimiento o frustración.

Frente a este escenario, los aportes de la neuropsicopedagogía permiten comprender que el contexto sociocultural no impacta únicamente en el plano de las representaciones simbólicas o culturales. Tal como

señalan los desarrollos contemporáneos de la neuroeducación y la neurociencia cognitiva (Román, 2021), el entorno y las experiencias modifican de manera progresiva los circuitos neurales, determinando los estilos de procesamiento cognitivo y alterando los mecanismos de base que sustentan el aprendizaje biológico. La exposición constante a estímulos digitales, la velocidad vertiginosa de circulación de la información y la lógica comercial de la gratificación inmediata atentan de manera directa contra el despliegue armonioso de las funciones ejecutivas fundamentales para el éxito escolar y académico: la atención sostenida, el control inhibitorio, la planificación prospectiva y la autorregulación emocional. Enseñar y aprender en la actualidad exige, indefectiblemente, comprender la estrecha relación que hay entre el diseño de estos nuevos entornos de consumo y el funcionamiento cerebral de los sujetos.

Desde la psicopedagogía, cuyo objeto de estudio es el sujeto que aprende, se reconoce que el aprendizaje se inicia desde el nacimiento y se construye a lo largo de toda la vida en interacción permanente con el entorno social, familiar y cultural. Tradicionalmente, la disciplina concentró sus esfuerzos teóricos en dilucidar los mecanismos de la asimilación cognitiva, delimitar los obstáculos epistémicos que enfrenta el sujeto e instituir las condiciones óptimas para su desarrollo social y afectivo. El escenario clínico en la actualidad torna evidente que estos procesos no pueden analizarse aislados de las condiciones culturales en las que los sujetos crecen, aprenden y construyen sus modos de relación con el mundo. Hoy esas condiciones se encuentran profundamente organizadas por las lógicas del mercado y por entornos digitales diseñados para captar atención, acelerar respuestas y sostener niveles permanentes de estimulación.

Como consecuencia directa, se puede concluir una teoría fundamental: el aprendizaje humano, en su origen y a lo largo de todo el ciclo vital, se encuentra atravesado por la lógica del consumo. Las escuelas públicas y privadas, los hogares familiares y los espacios de la clínica psicopedagógica reciben continuamente a niños y adolescentes que no solo asimilan contenidos curriculares abstractos, sino que internalizan modos estandarizados de desear, elegir, valorar y vincularse con el semejante.

Sus estilos atencionales fragmentados, sus niveles de motivación extrínseca, su frágil tolerancia a la frustración, e incluso su posicionamiento subjetivo ante el objeto de conocimiento se hallan colonizados por un mercado corporativo que privilegia lo inmediato por sobre lo elaborado, lo estéticamente espectacular por sobre lo significativamente profundo y lo efímero por sobre lo duradero.

Este libro surge precisamente en ese punto de encuentro entre psicopedagogía, neurociencias, subjetividad contemporánea y educación en consumo. Su propósito es ofrecer una mirada amplia sobre los modos en que las dinámicas culturales actuales atraviesan el aprendizaje, la atención, la construcción de identidad y los vínculos sociales.

A lo largo de los distintos capítulos se analizarán las tensiones que hoy atraviesan a las instituciones educativas, las familias y los espacios clínicos: la tensión entre los tiempos lentos que requiere el aprendizaje y la aceleración permanente de la cultura digital; entre el esfuerzo sostenido y la gratificación inmediata; entre la construcción del pensamiento crítico y el consumo rápido de información fragmentada.

Lejos de quedar únicamente en la descripción del problema, esta obra busca construir herramientas de intervención posibles. Por esta razón, las reflexiones teóricas se complementan con propuestas prácticas, dispositivos de trabajo y estrategias pensadas para contextos escolares, familiares y terapéuticos que fueron incorporados en el capítulo 9. La educación en consumo es entendida aquí no como un contenido aislado, sino como una estrategia psicopedagógica orientada a fortalecer la autonomía, la reflexión crítica y la construcción de criterios propios frente a las múltiples formas de influencia contemporánea.

En este marco, los derechos del consumidor adquieren también una dimensión pedagógica y subjetiva. No se reducen a un conjunto de normas jurídicas; constituyen herramientas para formar ciudadanos más conscientes, menos vulnerables frente a las estrategias de manipulación del mercado y más capaces de tomar decisiones reflexivas. Escribir este libro también implica asumir una posición ética. Educar hoy no puede limitarse únicamente a transmitir contenidos. Educar supone acompañar a los sujetos en la construcción de pensamiento, favorecer

preguntas, sostener espacios de reflexión y ayudar a desarrollar criterios propios en medio de una cultura que constantemente intenta decidir qué desear, qué consumir y cómo vivir.

En definitiva, aprender no es solo incorporar información. También implica aprender a elegir. Y en una sociedad donde las opciones se multiplican, pero las decisiones no siempre son completamente libres, enseñar a elegir se convierte en una tarea profundamente humana, ética y necesaria. Este libro busca constituirse como un aporte al campo de la psicopedagogía y de la educación contemporánea, abriendo nuevas preguntas y posibles caminos de intervención. Una invitación a pensar críticamente nuestras prácticas y a construir miradas más integrales sobre los sujetos de esta época. Porque comprender cómo se aprende en una cultura atravesada por el consumo también implica preguntarnos qué tipo de subjetividades estamos ayudando a construir.