

Realidad educativa en Mendoza: violencia y consumo en adolescentes insertos en escuelas y universidades.

Autores:

Director: Lic. H. Karlen

Co-Directora: Mgtr. M. Nofal

Equipo de Trabajo:

Mgtr. A. Rodríguez, Mgtr. A. Cicutto, Lic. M. Echavez

Lic. M. Rigotti, Mgtr. E. Ganem, Lic. D. Freites

Lic. N. Illuminati, Lic. M. Reta, Lic. V. Brennan

Lic. M. Vera

Mail de contacto: danielasoledadfreites@hotmail.com

Universidad del Aconcagua

Consejo de Investigaciones- CIUDA

Unidades Académicas asociadas: Facultad de Psicología y Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas.

Introducción:

La adolescencia implica sujetos en proceso de desarrollo. En dicho proceso, los adultos son referentes necesarios: cumplen funciones de protección, amparo, guía, y orden. Los adultos de hoy tienen dificultades para ejercer la autoridad. Los sujetos que disponen de referentes adecuados tienen mayores posibilidades de resolver las situaciones que se les presentan sin caer en actos de violencia y consumo desubjetivante.

Objetivos Generales

- Investigar las causas asociadas con conductas de violencia y consumo desubjetivantes en adolescentes escolarizados, y realizar aportes desde el marco psicoanalítico.
- Establecer relaciones entre los actos de violencia y consumo en adolescentes, y el desempeño de las funciones de los adultos en las instituciones educativas.

Resultados:

Se avanzó en el estudio de las siguientes temáticas: 1- Modos de violencia y de consumo en ámbitos educativos en relación con las nuevas tecnologías y el lazo social. 2- Influencia de los medios de comunicación y las publicidades en la violencia y el consumo. 3- Modos de violencia de relación en el contexto escolar. 4- Consumo y sus aspectos desubjetivantes en los adolescentes.

Se confeccionó el instrumento encuesta, se encuestó a diversos grupos de adolescentes escolarizados, actualmente se están realizando focus group.

Conclusiones

El malestar es estructural. Hay diversos caminos para arreglarse con ese malestar. No hay respuestas universalizables. El discurso cultural actual obliga a consumir utilizando el término elegir, hay que elegir consumir. Se avanza sobre la idea que los adultos tomados por estos fenómenos de masa, desocupan su lugar como referentes, dejando a los adolescentes más expuestos y dispuestos a procesos identificatorios “ideales”, donde sometidos al poder de la masa, buscando amparo aumentan su desvalimiento y disminuyen sus posibilidades subjetivas.