

LOS ESPACIOS DEL CONSUMO EN LA GLOBALIZACIÓN: LAS IMÁGENES MÓVILES DE "SUPER SIZE ME" EN LA ENSEÑANZA DE LA GEOGRAFÍA ESCOLAR

Sandra Elena Gomez*

Resumen

En la actualidad, la reconfiguración y re-significación de las formas tradicionales de alimentación no sólo pasan por el proceso de producción de comidas, sino también por su adaptación a ciertas formas globalizadas de consumo y sociabilidad (comida rápida) características de la vida urbana. La presente propuesta fue desarrollada con los alumnos del Colegio Secundario dependiente de la UNICEN Colegio Nacional Ernesto Sabato. Es un trabajo relacionado con el espacio social del consumo, para el que se empleó la perspectiva cualitativa en ciencias humanas para su análisis e interpretación en la geografía escolar. A través de la proyección de la película "Super Size Me", como estrategia didáctica, se exploran las complejas relaciones entre el consumo, el territorio y la sociedad, en el actual contexto de crecientes prácticas sociales de consumo del mundo y del lugar. El trabajo constituye una aproximación cualitativa desde las imágenes visuales móviles a los comportamientos de los consumidores, sus motivaciones y hábitos en el consumo, en los espacios de recreación y consumo de comidas en el medio urbano.

Palabras clave: Geografía escolar, Consumo, Territorio, Imágenes móviles

* Centro de Investigaciones Geográficas (CIG). Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires.

CONSUMPTION SPACES WITHIN GLOBALIZATION: “SUPER SIZE ME” MOVING IMAGES IN THE TEACHING OF SCHOOL GEOGRAPHY

Abstract

At present the reconfiguration and re-signification of traditional eating habits are not only connected to the food production process but also to its adaptation to certain globalized consumption and socialization forms (fast food), which are typical of urban life. This proposal was developed together with the students of a UNICEN-dependant secondary school, *Colegio Nacional Ernesto Sabato*. This paper is about the social consumption space, and it makes use of Human Sciences qualitative perspective to perform an analysis and interpretation in school geography.

The film “Super Size Me” was shown and used as a didactic strategy. The complex relation between consumption, territory and society were explored within the current context of local and global growing social consumption practices. This paper is a qualitative approach, from moving visual images, to consumers’ behavior, to their motivations and to their consuming habits within urban recreation and food consumption spaces.

Key words: School Geography, Consumption, Territory, Moving images

Introducción

El territorio nos permite comprender las contradicciones producidas por los grandes procesos en curso, y para entender las relacionadas con el mismo hacen falta imágenes nuevas. Mientras se consolida la nueva lógica territorial, en la que la importancia de cada territorio se mide por su grado de articulación al espacio global, se desdibujan los rasgos del modelo anterior y ciertos territorios pierden su papel protagónico; llegan a entrar, a veces, en la decadencia, y otros, antes secundarios se convierten en protagonistas. Es necesario, entonces, destacar que el territorio no actúa como simple escenario inerte y neutral donde se localizan y desarrollan los procesos de innovación del consumo. En este caso es evidente que dichos procesos se ponen de manifiesto en las aglomeraciones urbanas, que pasan a convertirse en protagonistas de los procesos de globalización/fragmentación.

Permanentemente, debemos revisar la forma de comprender estas nuevas realidades espaciales, a partir del contexto, de los procesos que lo acompañan y de la generación de nuevos signos (económicos, sociales, políticos, culturales, etc.) en el territorio. Con la mundialización de las firmas, cobra una especial relevancia el fenómeno de la simultaneidad, con un nuevo contenido debido a la velocidad de los cambios en los lugares desde las áreas de producción y consumo, como así también a la ocupación y revalorización de aquellos espacios que fueron periféricos en algún momento.

En este nuevo contexto aparecen nuevas demandas del consumo marcadas por signos particulares, como los espacios de “comidas rápidas”, que trastocan ciertos hábitos de consumo de alimentos, especialmente en los estratos de población de los más jóvenes. En la actualidad, la reconfiguración y re-significación de las formas tradicionales de alimentación no sólo pasan por el proceso de producción de comidas, sino también por su adaptación a ciertas formas globalizadas de consumo y sociabilidad (comida rápida) que caracterizan la vida urbana del mundo y del lugar.

Este trabajo constituye una aproximación cualitativa a los comportamientos y lógicas socio espaciales de los “no” consumidores, sus motivaciones y hábitos de recreación y consumo de comidas en el medio urbano (lugar) desde la Geografía Escolar. Se analiza el tema consumo de comidas “rápidas” desde el currículo de Geografía como propuesta de enseñanza, basada en una aproximación al discurso visual desde el cine y en el trabajo de campo desde la perspectiva cualitativa a través del uso de diferentes estrategias de apropiación crítica del saber geográfico. El trabajo fue realizado en una escuela de la ciudad de Tandil, de enseñanza secundaria y de gestión pública, dependiente de la UNCPBA, donde los grupos de alumnos fueron seleccionados en función a características socioeconómicas y en edades comprendidas entre 15 y 16 años.

Marco Teórico. Consideraciones básicas desde las categorías conceptuales utilizadas

“O desrespeito à leitura de mundo do educando revela o gosto elitista, portanto antidemocrático, do educador que, desta forma, não escutando o educando, com ele não fala. Nele deposita seus comunicados. Há algo ainda de real importância a ser discutido na reflexão sobre a recusa ou respeito à leitura de mundo do educando por parte do educador. A leitura de mundo revela, evidentemente, a inteligência do mundo que vem cultural e socialmente se

constituindo. Revela também o trabalho individual de cada sujeito no próprio processo de assimilação da inteligência do mundo”. (Freire, 1996; p. 123)¹.

a. Globalización, territorio y consumo

La representación del espacio como constructo social está cambiando constante y rápidamente, ya que el espacio al que accedemos cotidianamente implica una espacialidad diferencial y una representación muy compleja y multiesférica.

Las prácticas sociales se han convertido más o menos confusamente en multiescalares. Antes se vivía totalmente en un lugar, en un espacio limitado pero bien conocido y continuo. Hoy, cada una de nuestras diferentes actividades se inscribe en unas migajas del espacio. Así lo expresa Aparecida de Souza (1998, p. 9): “...si los sonámbulos se desplazan sin saber por qué, en un lugar que conocen, nosotros no sabemos dónde estamos en los diferentes lugares donde nos toca estar”. Esta espacialidad se ha transformado en una espacialidad multiesférica interdependiente y en un hiperespacio más virtual que real, como resultado de una sociedad que pasó del capitalismo monopolista al capitalismo de acumulación flexible, que se caracteriza por las innovaciones tecnológicas y los flujos de capital, de información y de pautas de consumo materializadas espacialmente.

Este período caracterizado por la disociación espacial entre la esfera global que cambia vertiginosamente y la esfera del espacio personal cotidiano con una dinámica más lenta, implica la re-construcción de nuevas representaciones del espacio, de imágenes y símbolos creados por la cultura postmoderna caracterizada por una cultura dominada por el consumo, el despilfarro, la individualidad y la (no) solidaridad, y dónde “los objetos pasan de un valor de uso a un valor de cambio, se pueden asociar a elementos culturales, hecho que la publicidad explora para crear nuevas necesidades” (García Escalona, 1999, citado en García Ballesteros, 2000; pp. 32-33). “La propia lógica del mercado conduce a que el consumo se asocie a signos y significados y pase de la esfera de la producción a la de la reproducción” (Baudrillard, 1970; citado en García Ballesteros, 2000; pp. 32-33)”. El espacio social del consumo es cada vez más complejo y heterogéneo y en ello interviene junto al capital económico el capital cultural de las personas, ya que cada vez tienen más importancia social no solo los objetos, sino el cómo, el dónde y el uso del tiempo en prácticas de consumo” (García Ballesteros, 2000; pp. 32-33). En esta cultura, los objetos y los lugares del consumo, como también los signi-

ficados, están cambiando constantemente según las lógicas del capital y del propio consumo. Los signos evidentes de este período están marcados por la mundialización de las firmas, la internacionalización de la producción, del producto y del consumo en una economía que se torna mundializada y se fragmenta a la vez.

b. El cine y la geografía: las imágenes del consumo en los espacios urbanos

Sontag, Susan subrayó la paradoja de la coincidencia del surgimiento de un medio técnico para registrar lugares y paisaje al tiempo que comenzaba la rápida alteración de esos lugares: “Las cámaras comenzaron a duplicar el mundo en momentos en que el paisaje humano empezaba a sufrir un vertiginoso ritmo de cambios: mientras se destruye un número incalculable de formas de vida biológica y social en un breve período, se obtiene un artefacto para registrar lo que está desapareciendo” (Sontag, 2005; p. 32).

Tomamos estas palabras para entrar en el mundo de las imágenes, especialmente las imágenes móviles. Walter Benjamin ha establecido de forma clara que los soportes artísticos como el cine o la fotografía traspasan la frontera del invento científico pasando al de obra de arte. Este paso se asocia a una actividad mercantil y a los avances de la ciencia y la tecnología en este campo. Para el caso del cine, dice que “la época de su reproducibilidad técnica desligó al arte de su fundamento cultural, extinguiendo para siempre el brillo de su autonomía. Ello trajo consigo un cambio en la función del arte que cayó fuera del campo de visión del siglo. Y este cambio incluso se le ha escapado durante largo tiempo al siglo XX, que es el que ha vivido el desarrollo del cine” (Benjamín, 2004; p. 108). Es indudable que el cine puede conceptuarse como una forma de “arte del movimiento”, lo que lo diferencia de la escultura o la pintura. Se trata, por el momento, de la forma artística que posee la mayor capacidad para representar los cruces entre espacio y tiempo (Harvey, 1998; p. 340). Esta consideración implica que sus realizaciones deben, de forma obligada, enmarcarse en una matriz espacio-temporal sin la cual resultaría imposible la realización de una película. Por lo expuesto anteriormente, se puede hablar de una singular relación entre el entorno real y la imagen transmitida por las producciones cinematográficas. Lo que el “espectador” ve es, en mayor o menor medida, un espacio geográfico creado, alterado y modificado pero que, en su falsedad, contiene un alto grado de impacto. La fuerza de las imágenes cinematográficas de la película “Super Size Me” implica una notable capacidad de generar imaginarios concernien-

tes a cuestiones históricas, sociales y culturales. Por tanto, podemos decir que la enorme variedad de hechos y elementos geográficos susceptibles de análisis, sumado al peso que tradicionalmente han tenido las imágenes en la explicación geográfica y en la propia re-creación de “imágenes geográficas” e “imaginarios geográficos” (Hollman, 2010; p. 57) justifica la necesidad de una aproximación a la producción cinematográfica desde la geografía escolar.

c. ¿Por qué las imágenes urbanas de las comidas rápidas? Un encuentro con el cotidiano desde las prácticas sociales del consumo en el lugar

Milton, Santos ha sostenido: “Para aprehender esa nueva realidad del lugar no es suficiente adoptar un tratamiento localista, ya que el mundo se encuentra en todas partes” (Santos, 1997; p. 252). Como señala Benko, cada lugar es a su manera el mundo, o todos los lugares son virtualmente mundiales (Benko, 1996). “El lugar se define por su función en el mundo y es por el mundo que el lugar es percibido empíricamente” (Santos, 1997b; p. 252). “El lugar, es un orden cotidiano compartido entre las más diversas personas, empresas e instituciones; en él, la cooperación y el conflicto son la base de la vida en común” (Almeida, 1997; p. 36) y “la ciudad es el lugar de la acumulación técnica y es al mismo tiempo el lugar de la coexistencia y de la libertad, de la vigilancia, de la identificación, de las redes, de la exclusión y de la disciplina” (Aparecida de Souza, 1998). Generalmente, se piensa en la globalización como el proceso que logra una mayor intercomunicación, que “acorta las distancias”, que “disminuye los tiempos”, que uniformiza culturalmente, etc. Este proceso intenta unificar u homogeneizar, pero por el contrario, crea una gran cantidad de fracturas y heterogéiniza el espacio. Así, el mito de la homogeneización del espacio se destruye, al ver que el territorio se vuelve más diversificado y más heterogéneo, al igual que el del espacio global, ya que no hay un espacio único, total y uniforme de la globalización, sino que existen los espacios de la globalización, espacios que forman parte del proceso, espacios “tocados”. El orden global busca imponer nuevas formas mercantiles del consumo, en todos los lugares, bajo una única racionalidad “Consumo vs. Consumismo”, y “los lugares responden al mundo según los diversos modos de su propia racionalidad” el orden local es asociado a una población contigua de objetos, reunidos por el territorio, regidos por la interacción” (...) “el orden local funda la escala de lo cotidiano y sus parámetros son la co-presencia, la vecindad, la intimidad, la emoción, la cooperación y la socialización con base en la contigüidad” (Santos, 1997a; p. 272).

Sobre el proceso pedagógico-didáctico y la metodología adoptada para el trabajo en el aula

Esta propuesta nos brinda las herramientas teóricas y metodológicas necesarias para interpretar, en el ámbito escolar, los cambios y permanencias del consumo urbano. El trabajo constituye, desde el uso de las imágenes visuales móviles, un registro visual de imágenes fotográficas realizadas por los alumnos y la información relevada a partir del trabajo de campo, una aproximación cualitativa a los comportamientos de los consumidores, sus motivaciones y hábitos en el consumo de comidas en el mundo-lugar.

Se propone seleccionar, recortar y jerarquizar de la realidad aquellos contenidos geográficos vinculados a problemáticas, para brindar una posible explicación; es decir, se toman aquellos contenidos que es posible re-significar, ya que pasan de ser contenidos abstractos y acabados para cobrar sentido social y didáctico en la interpretación de algún aspecto de la realidad.

La propuesta de enseñanza y su puesta en marcha se estructura de la siguiente manera:

a. El recorte didáctico: Los espacios del consumo: las comidas rápidas. El caso *McDonald's*.

b. A partir del recorte antes mencionado, se asume el objeto de estudio: "El sistema urbano argentino. Condición y experiencia actuales de vivir en la ciudad" (DGCyE-Diseño Curricular para E.S. 5º año Geografía, 2010; p. 40)

c. Contenidos: *La consolidación de espacios exclusivos dentro de la ciudad para diferentes grupos y clases sociales. El consumo de bienes y servicios diferenciados y su impacto en la separación y el aislamiento social y espacial.*

d. Se aborda el tema consumo de comidas desde el currículo de Geografía, basado en el análisis de las *escalas geográficas mundo/lugar* desde el abordaje del caso de análisis de "comidas rápidas" de la empresa multinacional *McDonald's*.


e. Objetivos de aprendizaje:

** Identificar los cambios y permanencias en las prácticas espaciales a partir de las lógicas del consumo impuestas por el capitalismo global desde las empresas de comidas rápidas en el mundo-lugar.*

**Aprender las técnicas de relevamiento de información desde fuentes primarias a partir del trabajo de campo en Geografía, para establecer su relevancia en la producción del conocimiento social en la geografía escolar.*

** Analizar los discursos visuales del consumo de comidas rápidas en el mundo-lugar, a partir de las imágenes del cine y fotografías del lugar que manifiestan prácticas y representaciones sociales que dan sentido a una cultura común de consumo de comida rápida.*

Primer momento: El análisis propuesto para comprender la realidad sobre la construcción y organización del espacio social del consumo urbano mundo-lugar, se da a través del tratamiento de la problemática del consumo de comidas rápidas como estrategias de enseñanza y aprendizaje. La actividad se inicia a partir de la proyección de la película “Super Size Me”.

Título de la película	Año de estreno y director	Tema
 <p data-bbox="263 1272 561 1303">“SUPER SIZE ME”</p>	<p data-bbox="620 1115 859 1198">2004, Morgan Spurlock</p>	<p data-bbox="934 1001 1376 1288">Desarrolla la crítica a la cultura alimentaria y las prácticas de consumo en la ciudad a partir de la generación de los espacios de comida rápida, especialmente desde la cadena <i>McDonalds</i>.</p>

La filmación nos ofreció la posibilidad de trabajar con los alumnos las secuencias más significativas del filme, ya que sostiene una estrecha relación con la temática a abordar en la clase. A la hora de trabajar en el aula es pertinente una aproximación y contextualización del filme; por esta razón, se trabajaron previamente los siguientes aspectos:

La ficha técnico-artística: El alumno puede obtener los datos para completarla recurriendo a los títulos de crédito, a carteles o a los artículos cinematográficos publicados en cualquier medio de comunicación.

Una introducción: Sirve de excusa para analizar la génesis del filme, lo que conlleva un sucinto comentario sobre el director y su obra, así como las motivaciones que lo han animado a rodarlo; y sobre las características histórico-cinematográficas más importantes de la película.

El contexto histórico: El comentario histórico se puede aprovechar para hacer un análisis de las circunstancias del rodaje, así como del momento al que se remonta la historia “diegética”². Llegados a este punto, se revelará la mentalidad de sus autores y de la sociedad de su época; y la finalidad última de la obra.

El poder de la imagen no sólo ayuda a comprender y reforzar la información, sino que motiva y capta la capacidad de atención de los espectadores (alumnos) más allá de la trama y la acción. Es importante, en educación, hacer ver el valor del encuadre, pues al mismo tiempo que logra centrar la realidad para poderla fotografiar o filmar, la limita, la restringe, lo que hace posible, para bien o para mal, manipularla. La intencionalidad de quien filma o fotografía se hace realidad, en primer lugar, en el encuadre. Las imágenes urbanas de cine hablan por medio de los colores, los sonidos, el montaje, los actores; es la palabra hablada que permite “hablar a la ciudad” a través de los signos, símbolos, etc., que representan diferentes lugares del mundo. Las imágenes móviles atrapan al espectador e invitan a entrar en un recorrido (in) posible del cotidiano de las ciudades, lo que genera en aquél una construcción social y cultural del espacio. Este proceso implica mapear un lugar y sus interacciones desde imágenes (in) visibles que permiten plantear que los territorios no son indiferentes a las distribuciones espaciales del poder y del capital.

Luego, se planteó como actividad a los estudiantes la selección de una serie de imágenes de la película acompañadas de las siguientes preguntas:

1. Seleccionar tres imágenes que consideres más o menos representativas del espacio social del consumo de “comidas rápidas” registradas en la película “Super Size Me”.
 - a. Elaborar un epígrafe para cada una de ellas.
 - b. Observar las imágenes y explicar qué problemática se manifiesta y/o se registra en las imágenes seleccionadas.
 - c. Elige una de las tres imágenes seleccionadas y fundamenta tu elección.
2. Realizar una lectura de las imágenes e identificar las representaciones del consumo que aparecen en las mismas.

Los alumnos trabajaron productivamente las imágenes seleccionadas y así se llega a la problematización. En esta, siguiendo los interrogantes planteados por los alumnos, pudimos dibujar una aproximación a las prácticas de consumo en el mundo y el lugar, sustentada en las siguientes preguntas:

–¿Quehacer de las comunidades contemporáneas acerca de las comidas rápidas?

–¿Qué comen las personas en la calle?

–¿Cómo y por qué eligen comidas rápidas?

–¿Cuáles son los lugares más frecuentados?

–¿Cómo se organiza y estructura el circuito espacial de producción de comidas rápidas en el mundo/lugar?

Segundo momento: Al hablar de problematización, nos referimos a un proceso que parte de una situación inicial ante la cual el alumno no puede dar respuestas válidas desde el conocimiento científico y se acude a la lógica disciplinar para confrontar y reelaborar las hipótesis explicativas iniciales. Surgen así nuevas explicaciones, que pueden constituirse en nuevos puntos de partida. En esta instancia, y una vez extraídas las ideas centrales sobre el consumo de comidas rápidas en el mundo-lugar, se reintroduce la idea de trabajo de campo para realizar “entrevistas” con el fin de obtener información y trabajar con fuentes primarias.

Alimentarse no significa sólo “matar el hambre”, ya que también incluye la decisión de qué comida elegir. Esa elección implica cuestiones económicas, ambientales, éticas, fisiológicas, filosóficas, históricas, religiosas, estéticas y geográficas. Para conocer las categorías y las representaciones formuladas en cuanto a las comidas rápidas en el lugar, los alumnos armaron un breve cuestionario, que a continuación se detalla:

–¿Qué comen las personas en la ciudad?

–¿Quiénes eligen estos alimentos?

–¿Cómo y por qué los eligen?

–¿Con qué frecuencia los consumen?

–¿Es un consumo individual o familiar?

–¿Por qué no consumen en su hogar?

Las mismas fueron realizadas a cada integrante del grupo familiar de los alumnos.

Tercer momento: Como resultado del análisis y sistematización de la información obtenida, se pudo componer un retrato de las transformaciones

sociales implicadas en la alimentación contemporánea que se puede expresar sintéticamente de la siguiente manera:

- A escala mundo-lugar, se manifiesta una gran diversidad de rituales que participan de la alimentación y la existencia de los “fast food” es producto de ello. Los productos de McDonald’s, signos de las “comidas rápidas”, son consumidos con una parafernalia de objetos fácilmente clasificados como productos de la llamada “industria cultural”, como las “cajitas felices” que “incluyen diferentes objetos relacionados con las más recientes producciones de las industrias cinematográficas de Hollywood (Familia Simpson, entre otros) a los que no podemos considerarlos solamente como una comida que se come pronto” (Mato, 2001; p. 165).
- Como resultado del caso analizado, se pone de relieve que existe un proyecto económico apoyado en un impulso estético y en una sociabilidad posibilitada por la reproductibilidad propiciada por las nuevas tecnologías, que permite comer en cualquier parte la comida rápida, por medio de las estrategias de la producción industrial y exportación del mercado contemporáneo.
- La comida ha sido incorporada a los modos de producción industrial y su consumo ha sido potencializado por el uso de maquinarias y procesos propios de la industria. Los emparedados y las hamburguesas McDonald’s han ampliado su presencia en ciertos espacios comerciales, como los Locales de las estaciones de servicio, por sus patrones de higiene. Las hamburguesas no son simplemente comida estadounidense, sino que representan parte de un modelo del proyecto económico globalizante.
- Los sectores dominantes representados por las empresas multinacionales de comidas ejercen una hegemonía social sobre la vida y acciones de las personas, la que se traduce en un consentimiento espontáneo de las masas hacia la dirección de la vida social impuesta sobre ellas.
- El consumo de comidas rápidas en la ciudad (Tandil) está especialmente orientados hacia determinados sectores de consumo justamente por las diferencias en formas de presentación y precios.
- Los estratos de población más joven (adolescentes) son los que consumen hamburguesas y papas fritas en los Locales de las estaciones de servicio de la ciudad de Tandil y su consumo depende del poder adquisitivo. El mayor consumo está dado por el grupo de mayores recursos económicos.
- La población joven con posibilidad de compra consume de manera permanente hamburguesas y papas fritas en diferentes lugares de la ciudad,

mientras que la población de menores recursos lo hace solamente el fin de semana y a principio de mes.

Las estrategias didácticas, la modalidad de interacción entre los sujetos y el planteo de situaciones problemáticas reales permitieron enlazar conceptos significativos e información actualizada. Las distintas actividades que se trabajaron en el aula y fuera de ella fueron: exploratorias (recuperación de conocimientos previos sobre la problemática geográfica), de integración (con el objetivo de integrar los distintos contenidos trabajados en clase) y de desarrollo (por medio de reflexiones guiadas, análisis comparativos, búsqueda de ejemplos, interpretación de imágenes del caso de análisis, entre otras).

Desde el punto de vista de los alumnos, se estimuló un aprendizaje constructivo (no receptivo) y cooperativo (no individual); y desde el punto de vista de la enseñanza, es manifiesta la intención de enseñar a compartir significados más que la de transmitir información memorística y aceptar una única voz autorizada (la del libro de texto o de la docente). Por eso, las estrategias didácticas que se proponen aluden a la construcción de un conocimiento abierto, complejo, debatible y controvertido.

Cabe mencionar que la instancia de acreditación y evaluación se desarrolló en el transcurso del proceso de la secuencia didáctica, donde se tuvo la posibilidad de evaluar el desempeño grupal e individual de cada uno de los miembros de los grupos de trabajo durante las cuatro clases en las que se desarrolló la propuesta. Esto fue posible ya que la puesta en escena de cada actividad implica establecer diferentes criterios de evaluación y acreditación en proceso.

Conclusiones para seguir pensando

Lo que se ha intentado mostrar con esta propuesta de enseñanza y aprendizaje, de manera sencilla, es el aula como un espacio de reflexión y de reivindicación permanente del aprendizaje entre el Profesor y el Alumno. El punto de partida fue el fortalecimiento del diálogo con el otro, ya que es indispensable para reconstruir el conocimiento, negociar los significados, ideas, como también para revisar y reconstruir las representaciones del mundo y las formas posibles de mirar el mundo.

También nos permitió pensar que es posible desde la geografía escolar generar un diálogo con la cotidianeidad, sin dejar de *hacer Geografía* en el

aula. Es decir, incluir temáticas de la vida cotidiana en el aula hace de la Geografía su *relevancia social*.

Las actividades desarrolladas propiciaron y estimularon la capacidad de reflexión y expresión de los alumnos como sujetos sociales autónomos, además de lograr un sentido por el gusto de una Geografía diferente.

Esta propuesta de abordaje desde las imágenes móviles –cine–, permitió la recuperación de las representaciones sensoriales y simbólicas de las imágenes del consumo en las practicas cotidianas del mundo-lugar.

Si bien las estrategias didácticas, como también la metodología utilizada en esta experiencia, formaron parte del corpus tradicional de la Geografía (análisis de caso, trabajo de campo, entrevistas y las imágenes), se invita a recrearlas, matizarlas y darles sentidos diferentes; es decir, darles nuevas posibilidades, abriendo nuevos interrogantes.

Existen diversas alternativas para superar las tensiones existentes entre la conservación por la tradición geográfica y la apertura a formatos escolares diferentes, entre los contenidos escolares y la realidad social. Esta experiencia muestra un camino posible de aproximación, que invita a posicionarnos de modo diferente en nuestro mundo. Estas inquietudes, intereses y dudas justifican el esfuerzo y constituyen un fuerte estímulo para seguir trabajando por una Geografía más comprometida.

Bibliografía

- ALMEIDA, Elisa (1997) "O espaço e o cotidiano transformador". En *Revista Experimental* N° 3. San Pablo, pp. 5-41
- APARECIDA DE SOUZA, María (1988) *Ciudade: lugar e geografia da existencia*. (Inédito).
- APARECIDA DE SOUZA, María (1998) *O Lugar de todo mundo. A geografia da solidariedade*. (Inédito).
- BENJAMIN, Walter (2004) *Sobre la fotografía*. Valencia, Pre-Textos, 152 pp.
- HARVEY, David (1998) *La condición de la postmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu, 402 pp. Primera edición: 1989.
- FREIRE, Paulo (2004) *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo, Paz e Terra.

- GARCIA BALLESTEROS, Aurora (2000) "El espacio social del consumo en la cultura de la postmodernidad". En *Revista Estudios Geográficos*, Instituto de Economía y Geografía, Madrid, CSIC, XI, 238, pp. 27-48.
- HOLLMAN, Verónica (2010) "Imágenes e imaginarios geográficos del mundo en la Geografía escolar Argentina". En *Anales de Geografía*. Madrid, Universidad Complutense, Vol. 30, N° 1, pp. 55-78.
- MATO, Daniel (Comp.) (2001) *Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y Transformaciones Sociales en Tiempos de Globalización 2*. Buenos Aires – Caracas, CLACSO-UNESCO, pp. 147-178.
- SANTOS, Milton (1996) *De la totalidad al lugar*. Barcelona, Oikos Tau.
- SANTOS, Milton (1997) *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. San Pablo, Hucitec.
- SONTAG, Susan (2005) *Sobre la fotografía*. Madrid, Alfaguara, pp. 285.

Notas

¹ "El desprecio por la lectura del mundo de los estudiantes revela el gusto elitista, por tanto antidemocrático del educador, no escucha a los estudiantes, no habla con ellos, en el mismo coloca sus comunicaciones. Todavía hay algo de real importancia que debe ser discutido y puesto a consideración ante la denegación de la lectura del mundo del estudiante por el educador. La lectura del mundo pone de manifiesto el supuesto que, la inteligencia viene cultural y socialmente del mundo que la conforma. También destaca el trabajo de cada sujeto, en sí mismo como proceso de asimilación de la inteligencia del mundo" (Freire, 1996, p. 123) (Traducción propia).

² Explicación vinculada a los eventos y situaciones narrados que ocurren en el film. Es decir, expresa el contexto desde la dimensión espaciotemporal e histórica en que transcurre la narración fílmica.

Recepción: 27 de mayo de 2011. Aceptación 18 de octubre de 2011