

## Editorial

*Marketing y nuevo orden social: ..."Nos hemos enterado que las empresas tienen alma, esa es, sin duda, la noticia más terrorífica del mundo. El marketing es el instrumento del nuevo control social y forma la nueva raza impúdica de nuestros dueños..."*

G. Deleuze

Mientras los ideales modernos de occidente continúan desmoronándose, una creación reciente -el marketing- propone nuevos senderos y órdenes dentro de la vida cotidiana.

De esta manera, el consumo se ratifica como un valor en sí mismo, un camino o una posibilidad (no importa si efímera) de proyecto. En este nuevo orden social, el dinero rebosa de vitalidad, puede dar sentido, otorgar libertad o actuar como puente de aproximación al poder.

El dinero se autoproclama como un importante articulador social; ordena las conversaciones, modela la vida cotidiana y da señales de que al alcanzarlo se está más cerca de la libertad. El dinero logra legitimar a todo lo que lo rodea. Consumir se asemeja a ser libre.

El marketing propone nuevas formas de contrato social, así la sociedad comienza a reducirse a aquellos que poseen una cuenta bancaria, tarjeta de crédito o están insertos en el sistema formal del trabajo. Pero este juego, además, implica una reformulación y perfeccionamiento de los mecanismos de control social. Quienes no cumplen con estos requisitos empiezan a ser dejados "afuera", tal vez ya no como excluidos sino que simplemente "dejan de existir", de ser tomados en cuenta por las instituciones o la propia sociedad.

El control que se ejerce sobre ellos es menos sutil, más directo, sin las sutilezas del discurso publicitario y generalmente es sinónimo de violencia.

Mientras tanto, el marketing propone nuevos emblemas, formas de identificación y de circulación en las ciudades.

Las prácticas del campo de lo social comienzan a ser tentadas por las "bondades" de un mundo organizado a través del "libre cambio" y la "igualdad de oportunidades". Entender a los otros como "muestras", "tendencias y opiniones", "consumidores", "usuarios", etc., pareciera que las pone "al día".

Posiblemente, el beneficio mayor que nos trae esta época sea la posibilidad de visualizar la crudeza de la crisis y su conformación histórica.

A partir de allí, tal vez sea posible -para las prácticas de este campo- la construcción de una opción que pueda generar una nueva síntesis de lo social, que pueda crecer sin la linealidad de los ideales de occidente o de sus "nuevas" conformaciones, centrando el protagonismo en la historia, la cultura, en el propio devenir del pasado en el presente...

**Alfredo Juan Manuel Carballeda**