



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

SEAD 096

✓
**EL CONSUMISMO COMO PROBLEMA
SOCIAL Y EDUCATIVO**

Tesis que para obtener el Título de Licenciado
en Educación Básica, Presentan:

**ELODIA SOTO ONTIVEROS
E
IRMA GONZALEZ AVILA**

México, D. F., 1988



DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

México, D.F., a 27 de septiembre de 1988.

C. PROF. (A). ELODIA SCTO ONTIVEROS

PRESENTE.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitulado-

EL CONSUMISMO COMO PROBLEMA SOCIAL Y EDUCATIVO

opción TESIS, a propuesta del Asesor Pedagógico C. GUADALUPE UGALDE MANGERA, manifiesto a usted que --
reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se autoriza a presentarlo ante el H. Jurado que se le designará, al solicitar su examen profesional.

ATENTAMENTE


PROFR. ANGEL VAZQUEZ RIVERA.
PRESIDENTE DE LA COMISION DE EXAMENES
PROFESIONALES DE LA UNIDAD 096.

c.c.p.- Departamento de Titulación de LEPEP.

AVR/rtdl.

c. A. V. 11/11/1984



DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

México, D.F., a 27 de septiembre de 1988.

C. PROFR. (A). IRMA GONZALEZ AVILA

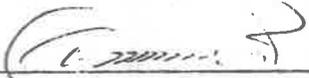
PRESENTE.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitulado-
EL CONSUMISMO COMO PROBLEMA SOCIAL Y EDUCATIVO

opción TESIS, a propuesta del Asesor Pedagógico C. GUADALUPE UGALDE LAPCERA, manifiesto a usted que --
reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se autoriza a presentarlo ante el H. Jurado que se le designará, al solicitar su examen profesional.

ATENTAMENTE


PROFR. ANGEL VAZQUEZ RIVERA.
PRESIDENTE DE LA COMISION DE EXAMENES
PROFESIONALES DE LA UNIDAD 096.

c.c.p.- Departamento de Titulación de LEPEP.

AVR/rtdl.

Con dedicatoria especial para
los maestros de México:

Los que fueron, los que están y los que serán.

Es un sueño aletargado
sin conciencia, sin acción. . . .

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA	
1.1 Antecedentes	7
1.2 Definición del problema	9
1.3 Justificación del problema	12
1.4 Delimitación del problema	14
1.5 Objetivos	15
CAPITULO 2. EL CONSUMISMO Y LA EDUCACION	
2.1 El consumismo	20
2.2 Relación Educación-Psicología	29
2.3 El desarrollo de la educación consumista	38
2.4 Situaciones educativas que propician el Consumismo.	44
2.5 El enfoque de la nueva educación	53
CAPITULO 3. PROPUESTA PARA UNA EDUCACION NO CONSUMISTA	
Propuesta para una Educación NO Consumista	63
CAPITULO 4. ENFOQUE METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION	
Enfoque metodológico de la investigación.	69
CONCLUSIONES	76
BIBLIOGRAFIA	90
GLOSARIO	92

INTRODUCCION

El trabajo realizado en la presente investigación, contiene fundamentalmente la problemática del consumismo en la sociedad y en la escuela. Las estrechas relaciones de éste con la economía, la psicología, la política y la cultura; así como las situaciones mercantilistas y educativas que propician su desarrollo.

El propósito esencial que la sustenta, es colaborar en el arranque de intentos y alternativas que conduzcan a contrarrestar la actividad consumista, fenómeno que en la actualidad significa una peligrosa amenaza para el hombre y la naturaleza.

Los cuatro capítulos que constituyen este tratado, definen al consumismo como un problema de la sociedad actual en el que la educación puede generarlo, afirmarlo o contrarrestarlo.

En el Capítulo 1, se hace un planteamiento de la problemática con la finalidad de destacar al consumismo con las situaciones que lo forman y lo definen como un problema social y educativo.

El Capítulo 2 se refiere al consumismo y la educación,

relación que involucra también a la psicología, cuya influencia es determinante en el desarrollo de la educación consumista.

La propuesta para una educación no consumista, se desarrolla en el Capítulo 3, en el que se sugieren algunas alternativas posibles para que dentro del quehacer educativo se realicen prácticas que conlleven a contrarrestar de alguna manera el proceso consumista.

El Capítulo 4 abarca el enfoque metodológico, que es en sí el modo de abordar y transitar el trabajo de investigación.

Tratar un tema tan difícil como el consumismo, es un reto, porque la sociedad actual y el ámbito educativo se encuentran enmarcados y contaminados por este fenómeno en el que difícilmente se puede penetrar.

Se admite en esta forma, que hay que luchar contra la corriente porque son muchos los obstáculos que se presentan, pero aún con las limitaciones es urgente que los maestros reflexionen y actúen enérgicamente en contra de la manipulación, la enajenación y el consumismo.

Los docentes, en su estratégica posición social y educativa son los que tienen el contacto más directo con la niñez

y la comunidad escolar, y son ellos, precisamente, los que pueden lograr la concientización y el cambio de actitudes.

¿Dónde estamos?

Las circunstancias actuales son difíciles en muchos aspectos: el capitalismo, la tecnocracia, los medios de comunicación masiva con funciones publicitarias y encaminados al consumismo, están llevando a muchos países del mundo a situaciones críticas y deplorables.

El sistema industrial que durante el pasado estuvo produciendo para satisfacer las necesidades de los hombres, entendiendo como tales no solamente las de subsistencia, sino las que aparecen también con caracteres secundarios, pero -- que le ayudan a adquirir una especie de satisfacción, adquirió después tal impulso dinámico y se ha multiplicado de tal manera asimismo que comienza a producir mucho más de lo necesario, no sólo en lo perentorio y en lo secundario, sino en lo que podría considerarse como absolutamente superfluo y caprichoso.

El hombre de nuestro tiempo, sobre todo en las sociedades industriales occidentales, se considera impulsado al consumo de productos, personas, ideas y modos de vida por encima de su voluntad, mediante diversos medios de presión. El

nuevo problema consiste en crear las necesidades para poder consumir lo que se produce. Sobrantes y excedentes, productos almacenados han de salir del mercado.

Los capitales transnacionales, las empresas bancarias - más acaudaladas del mundo y los grupos financieros, han venido constituyendo sociedades con la principal finalidad de invertir dinero en aquellos lugares del mundo donde haya mejores posibilidades de obtener fuertes y rápidas ganancias. Cuando encuentran las condiciones suficientes en un determinado país, vencen cualquier resistencia a su penetración de sus fabulosos capitales.

En estas condiciones, la industrialización abusiva y sedienta de plusvalía, ha creado el consumismo para deshacerse de la sobreproducción de bienes innecesarios, recurriendo a los mecanismos más sofisticados para multiplicar cada vez -- más sus mercados.

¿Qué está sucediendo?

Los medios de comunicación masiva tan difundidos y utilizados como esparcimiento, tienen como propósito fundamental, la conquista del consenso social mediante la sugestiva imposición de ideologías específicas; hacen de la publicidad un instrumento de control para la comercialización y venta -

de productos superfluos, con alto costo económico y que propician el consumismo. Aprovechan la mayor parte del tiempo para lanzar mensajes que muchas veces resultan nocivos y peligrosos para la formación educativa y cultural del individuo.

¿Qué nos está afectando?

El consumismo como práctica tan difundida constituye un problema social y educativo, porque la sociedad contemporánea ha sido atrapada en la espiral del mercantilismo; la escuela como institución social y educativa, también comparte dicha problemática, pero lejos de contrarrestar y modificar la práctica consumista, la fomenta o asume actitudes de consenso.

¿Qué estamos haciendo?

Ni todos los maestros juntos podrán cambiar las circunstancias actuales mientras sigan conservando posiciones conformistas y actitudes pasivas. La problemática social, es la problemática de la escuela; por lo tanto, la docencia tiene que reflexionar seriamente sobre la praxis consumista porque dicho fenómeno no solamente afecta la salud económica de la clase asalariada, perjudica también la salud del ser humano y daña considerablemente los espacios ecológicos.

¿Qué debemos hacer?

La concientización es definida por Freire como un despertar de la conciencia, un cambio de mentalidad que implica comprender realista y correctamente la ubicación de uno en la naturaleza y en la sociedad; la capacidad de analizar críticamente sus causas y consecuencias y establecer comparaciones con otras situaciones y posibilidades; y una acción eficaz y transformadora.

Los maestros de hoy, tienen que sacudirse la falsa conciencia, autocriticarse, agudizar la vista perceptiva, intuitiva y panorámicamente. Prepararse cultural y profesionalmente para despertar en sus alumnos la chispa de conciencia y el destello de espíritu crítico que los conducirá de esta manera a la reflexión, discriminación y transformación de situaciones y circunstancias que atenten contra su integridad, su autonomía y libertad de elección.

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMATICA

CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMATICA.

1.1 Antecedentes.

La práctica docente no está circunscrita al salón de clases, lugar específico y cerrado donde el maestro trabaja mecánicamente con sus alumnos para cumplir sólo con un horario y cubrir un programa establecido, sin más horizontes que esas cuatro paredes, y sin más inquietudes que la ansiosa espera por el toque de salida.

La labor docente requiere de mirada larga y espíritu indagador, porque es fundamentalmente una actividad social y determinante en la afirmación o cambio de actitudes; que tiene estrecho vínculo con todos los aspectos que forman la vida, el desarrollo de la escuela y de la comunidad escolar; va de la mano con la realidad educativa, socioeconómica y cultural, porque es ahí donde se encuentra inmersa; por lo tanto, la práctica docente y los objetivos de la educación deben ser analizados concienzudamente, teniendo como punto de partida la realidad cotidiana en el proceso que implica vivir-enseñar-aprender.

El mundo tiene su historia, la humanidad es histórica, porque de acuerdo a las circunstancias y requerimientos - - los grupos sociales se han afirmado o han cambiado el rumbo de su destino. La historia es una ciencia viva, porque muestr

tra el acontecer, el ir y venir, la vida y la lucha constante del hombre.

La docencia, la escuela, la comunidad escolar y la sociedad actual, se encuentran inmersas en un mundo capitalista, en donde la industrialización, el mercantilismo, los medios de comunicación masiva y el consumismo, actúan como instrumentos de alienación. Es cierto que la modernización y los avances de la ciencia de la comunicación, son en el presente siglo los rubros más notables de la ciencia y la tecnología; pero son también los creadores de la sociedad de consumo.

En los países capitalistas, es la burguesía la que detenta el poder político y económico, monopoliza los capitales, las industrias y los medios de comunicación masiva, no sólo a nivel local, sino allende las fronteras; y no precisamente para crear fuentes de trabajo y riqueza para todos, sino más bien con miras a la explotación y venta de productos innecesarios y superfluos, cuya producción es masiva y programada de antemano para saturar el mercado de consumidores que la publicidad se encarga de mantener cautivos y activos.

Como se puede ver, el capitalismo obeso e insaciable de plusvalía es la génesis de nuestra problemática. En alianza con los medios de comunicación masiva y las argucias publici

tarias, "(...) crea pseudopersonalidades, máscaras simbólicas que el hombre contemporáneo adopta, constituidas por productos" (1) que muchas veces son de ínfima calidad, pero con alto costo económico, y muchas otras, son peligrosos contaminantes que afectan al mundo natural y resultan nocivos para la salud ambiental, física y económica.

1.2 Definición del Problema.

Uno de los objetivos más importantes de la docencia debiera ser precisamente la recuperación de la verdadera conciencia docente para enfrentar con capacidad crítica la realidad que circunda su quehacer cotidiano. La problemática educativa no afecta solamente a la escuela, involucra también a la comunidad escolar y a la sociedad, o viceversa.

Se dice que la educación no es otra cosa que "amaestramiento" instrumento de dominación de unos países por otros y de unas clases sociales por otras. Las críticas más importantes que se hacen a la educación no se efectúan, pues, desde un punto de vista propiamente pedagógico, sino más bien económico y político.

La educación está estrechamente ligada a la economía y

(1) MERANI Alberto. Psicología y Alienación. Ed. Grijalvo, México, 1973, p. 47.

a la política, aunque se ha querido soslayar esta relación - que los antiguos vieron muy clara. Durante largos siglos, - se ha pretendido también establecer que la cultura es un valor en sí, independientemente de la estructura de la sociedad que la produce. Incluso, en la actualidad, algunos educadores ignoran este hecho y creen que proporcionan una educación "neutra", sin darse cuenta de que la simple transmisión de contenidos lo es igualmente de ideología.

Los principales problemas educativos están estrechamente relacionados con el desarrollo de la ciencia y de la técnica, con el aumento, frecuencia y rapidez de las relaciones humanas, con la existencia de ideologías colectivistas, con las reivindicaciones de los pueblos subdesarrollados y de -- las clases más explotadas dentro de los países capitalistas. Por eso, muchas declaraciones en materia de educación tienen un matiz político, de queja, respecto a que en la mayor parte de las zonas de la Tierra se haya buscado, a través de una determinada educación, la explotación, la propensión al - consumo y no al desarrollo del hombre.

La colonización de muchos países se ha efectuado con fi nes de explotación de recursos y mano de obra. Latinoamérica no ha escapado a este fenómeno. Nuestra colonización -escribe Freire- "fué sobre todo una empresa comercial". (2)

(2) FREIRE Paulo. La educación como práctica de la libertad. Ed. S. XXI, Buenos Aires, 1973, p. 61-62.

Actualmente, la colonización sigue su marcha, el monopolio de capitales, la tecnocracia, los medios de comunicación masiva y el consumismo son ahora los nuevos instrumentos de explotación de compañías extranjeras en los países subdesarrollados que han llevado al ser humano a consumir la producción masiva de bienes innecesarios que la industrialización y la publicidad esparcen hasta en los lugares más apartados de la Tierra.

En el llamado Tercer Mundo, el consumo ha pasado de ser una necesidad, a constituirse en tiranía; cuando en la actualidad se habla de sociedad de consumo, se hace en ese sentido peyorativo de las organizaciones que fuerzan al individuo a consumir más allá de sus necesidades y, para mantenerse en la definición, se dice que crean necesidades de consumo por medios artificiales.

La incitación al consumo tiene como armas principales a la publicidad y a la conversión de las mercancías estables en perecederas. En este proceso consumista la cuestión tiene varios aspectos: psicológico, económico-social y educativo. La escuela en su papel de institución al servicio de los intereses de las clases y de los países dominantes, también actúa como reproductora de dicha práctica.

El consumismo en esta forma, se constituye en un serio

problema social y educativo, que requiere de urgentes alternativas de solución por parte de la escuela, en la que los docentes desempeñan uno de los roles más importantes del que hacer educativo; donde la importancia que tiene el maestro lo compromete a encarar esta problemática con capacidad y agudeza crítica, pero sobre todo con una verdadera conciencia de clase.

El maestro es en la estructura social, la pieza estratégica que puede despertar la nueva conciencia, pero:

¿Cuál es la actitud del docente ante la problemática social y educativa?

¿Es consciente el maestro de que su labor implica un -- compromiso social?

¿Se preocupa la docencia por los efectos nocivos que resultan del consumo de productos innecesarios y superfluos?

¿Qué estrategias educativas puede emplear el maestro para superar el problema del consumismo?

1.3 Justificación del problema.

En base a las experiencias y observaciones realizadas -

por los propios maestros en el transcurso de la práctica educativa y cotidiana, se ubica a la docencia en espacios muy cerrados y desempeñando roles pasivos y conformistas, con tareas y actitudes burocráticas y una formación profesional deficiente. "En todas partes las reformas de la educación, que no son pocas, van acompañadas por cambios en la formación de maestros, pero siempre la intención formativa sigue siendo la misma. ¿Quién regula contenido y finalidad en la formación del docente?. Las relaciones de poder que aparecen como eje de su praxis". (3) Tal parece que la ideología dominante prepara a los docentes desde su formación social, académica y profesional para mandarlos a las aulas y convertirlos así en instrumentos activos y multiplicadores de la alienación, el control social y el consumismo.

El maestro, no tiene conciencia de que su labor es determinante para el cambio y la transformación de las estructuras socioeconómicas, políticas y culturales. La ideología, -escribe Alberto L. Merani "es el pensamiento teórico que cada individuo desarrolla abstractamente sobre datos empíricos que brinda su modo de inserción en las relaciones sociales, pero que son en realidad expresión de relaciones de poder, particularmente económicas, de las que no tiene conciencia o que por lo menos no se da cuenta que determinan su pensamiento. La ideología es un proceso que el maestro cumple siempre con conciencia, pero casi siempre con una conciencia falseada." (4)

MERANI, Alberto.- Educación y relaciones de poder.- Ed. Grijalvo, México, 1980, p. 32.

La ideología del maestro corresponde así a la ideología que lo aliena y en esta forma lo transmite a los educandos, de ahí la necesidad de investigar y proponer nuevas formas de educación que se enfoquen más a la desajenación y al anti-consumismo.

1.4 Delimitación del problema.

El asunto que trata esta investigación es el consumismo como problema social y educativo, social en primer término, dado que la sociedad actual está involucrada y afectada por dicho proceso. Por su parte la escuela con sus contenidos y actitudes fomenta de alguna manera la formación consumista.

El docente no está al margen de esta problemática que cada vez está acelerando más el deterioro económico de la -- clase marginada, afectando seriamente la salud del ser humano y contaminando el medio ambiente natural; se considera -- por lo tanto, que en su quehacer educativo, los maestros tienen que prepararse para contrarrestar y modificar las actitudes consumistas que propician los medios de comunicación masiva y sus anuncios publicitarios.

(4) Idem. p 33

En las naciones subdesarrolladas, los pedagogos como -- Freire, se han dado cuenta de que, para sus pueblos, la instrucción puede ser una trampa, y propugnan, por lo tanto, una educación que no sea una mera transmisión de deberes enca^uminados a obtener la alienación colectiva, una mano de obra más o menos cualificada, manipulada y explotada, sino una to^uma de conciencia que permita que el hombre se desarrolle en una interacción justa y equilibrada entre él mismo, su medio y el mundo, lo que implica que en la escuela, el maestro enfatice y señale permanentemente el peligro que representa el consumismo para la naturaleza y el hombre.

1.5 Objetivos.

Con la realización de este trabajo se pretende:

Motivar a los docentes en su verdadero papel: el cual puede ser entendido cuando tomen conciencia de que su labor educativa tiene la fuerza estratégica que requiere la transformación social, y se sienta involucrado en la problemática social y educativa. Estas tienen fuertes nexos, por lo que se hace necesario la agudeza perceptiva e intuitiva del do--cente para indagar el origen y las causas de dicha problemática.

Que el maestro reflexione sobre la relación dialéctica

escuela-sociedad. La actividad educativa se realiza en el ámbito social. Esta actividad se estructura y se desarrolla con los aspectos socio-económicos, políticos, educativos y culturales; por lo tanto, el ámbito social es el foro común donde actúan escuela-sociedad.

Proponer formas de conjugar los esfuerzos de autoridades educativas, docentes y comunidad escolar, para participar y colaborar activa y conjuntamente en la planeación y realización de actividades destinadas a la solución de la problemática social y educativa que tiene dentro de sus nexos al consumismo.

CAPITULO 2

EL CONSUMISMO Y LA EDUCACION

CAPITULO 2. EL CONSUMISMO Y LA EDUCACION.

La educación verdadera, según Freire, es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. Transformarlo sí, pero no para su provecho individual, sino para compartir con los demás dicha transformación positiva. Para Alberto L. Merani, en las sociedades capitalistas la ideología estipula qué clase de hombres necesita la sociedad y la escuela los produce en serie. Lo primero que importa es que sean aptos como agentes de poder, esto es, que hagan suyos los conceptos esenciales de la sociedad que los educa y en esta forma hayan caído en el conformismo más absoluto. El entorno más importante para la formación de la personalidad según Wallon no es el entorno físico, sino el social.

El aprendizaje que se da en la educación institucionalizada es una actividad que sirve para adquirir alguna habilidad y que modifica de manera permanente las posibilidades de un ser vivo. El aprendizaje tiene como finalidad la adquisición de hábitos (en el campo motor, intelectual y afectivo y tiende entonces a la creación de automatismos) y a la adquisición de conocimientos. Se acude a la atención, a la percepción, a la imaginación, a las asociaciones y/o a la reflexión.

En nuestra sociedad, la práctica educativa pocas veces

fomenta el aprendizaje reflexivo y transformador, más bien -
 tiende a preservar automatismos, como la obediencia, el ser-
 vilismo, la compra y el consumismo.

El consumismo, como la forma de gasto del ingreso fami-
 liar no atiende a las necesidades básicas de los miembros --
 que la integran, sino que se guía por las prácticas publici-
 tarias que inducen a comprar lo superfluo o también en mu-
 muchos casos lo desechable, esta práctica social responde
 al fenómeno llamado alienación y enajenación que es la masi-
 ficación humana. La publicidad como instrumento de aliena-
 ción, utiliza un conjunto de medios para divulgar o extender
 las noticias y hechos; para dar a conocer un producto comer-
 cial o industrial, lo que comúnmente se conoce como anuncios.

La enajenación es el embelesamiento, éxtasis y arroba-
 miento del ser humano. La alienación es enajenación que rea-
liza o crea obligaciones; en la actualidad ambas se producen
por medio de diversos aparatos del Estado entre los que des-
tacan los medios de comunicación (por medio de la publicidad)
 y la escuela (por medio de los contenidos).

De acuerdo con la teoría marxista, en la enajenación, -
 los hombres pierden su esencia humana y son tratados como co-
 sas. Los trabajadores son enajenados al vender su fuerza de
 trabajo y son despojados de los productos finales de su tra-

bajo por parte del capitalista.

El marginalismo, tan característico de los países subdesarrollados, es la no participación de la clase trabajadora en los frutos del crecimiento económico de un país, significa entonces, que las mayorías están al margen de todo tipo de desarrollo económico-social.

La utilización de la ciencia y de la técnica en favor del consumo, se ha planteado políticamente como tecnocracia. Esta supone que la complejidad de la vida moderna, a causa de las aportaciones científicas y técnicas, imposibilita a los políticos el gobernar, y a los ideólogos formular programas, puesto que tendrían que reunir en sí una sabiduría global y no está al alcance de ningún ser humano. En cambio, propone la creación de gobiernos compuestos por especialistas y técnicos al frente de los ministerios para producir un progreso de tipo neutro beneficioso para la nación, y que haría inútil el conflicto de clases sociales. La política estaría al servicio de los técnicos, y dirigiría y orientaría la sociedad según los planes elaborados por éstos.

Los críticos de la tecnocracia, la señalan como una figura social derivada del conflicto de clases, puesto que técnicos y científicos provienen de las élites dirigentes de la nación, que son las que tienen acceso más fácil a la educa--

ción superior, y son premiados y estimulados por el sistema, que les entrega salarios elevados, participación en las empresas e incluso opciones para fundarlas, de manera que estarán siempre al servicio de esas élites y no del bien común. Niegan que el especialista pueda tener una visión global de la sociedad y de sus necesidades y aducen que sólo es capaz de trabajar en aquello para lo cual está educado, sin importarle el resultado general de su trabajo, y con abstracción e ignorancia de los factores humanos. La tecnocracia sería según sus críticos, un intento más de las clases dirigentes para eliminar el conflicto social, los partidos políticos, los regímenes mayoritarios, etc.

A estas críticas se une la latente desconfianza popular por las formas de ciencia que se le hacen incomprensibles, - lo que tiene como resultado cierto desprestigio de los científicos y de los técnicos, pues han dado lugar a ciertas modas de destrucción masiva, a la contaminación, etc.

La tecnocracia hace uso del poder a través de los mecanismos de la sociedad de consumo. Técnicos de publicidad o de mercadotecnia forman parte, con algunos otros científicos medios - psicólogos, sociólogos-, de la exploración del consumo y de su orientación.

2.1 El Consumismo.

Es frecuente la opinión, según la cual, la cultura de masas es atontamiento y embrutecimiento, degrada y es degradada. La respuesta a este punto de vista es que muchas personas son llamadas a cultivarse, y que además hay riqueza y diversidad igualmente crecientes de conocimientos y actividades que se engloban en este término. Según Freire, "la educación de las masas de los países subdesarrollados es absolutamente fundamental, siempre y cuando sea una fuerza para el cambio y para la libertad". (1)

La ciencia es cultura, la tecnología es cultura, la técnica misma es cultura; los hombres cultos de nuestro tiempo son mucho más cultos que sus correspondientes en otras épocas, porque se benefician de la considerable extensión del ser humano.

Gracias a las conexiones entre los circuitos, el nivel de la cultura "general" aumenta regular e indiscutiblemente. Los mass-media, aunque acusados de la pesada responsabilidad en el sistemático atontamiento, se les reconoce también como el avance más notable de la ciencia de la comunicación.

La llamada "cultura de masa" va cambiando al hombre poco a poco y el hombre, a su vez, cuando se forme, la irá cam

(1) FREIRE Paulo. La educación como práctica de la libertad. Ed. S. XXI, Buenos Aires, 1974, p. 25.

biando; pero aparece un espectro: la conformidad. Aquí Tocqueville nos aporta enseñanzas: "No hay libertad de espíritu; en América, la mayoría de la gente vive en una perpetua autoadoración... Parece como si todas las mentes se hubieran formado según el mismo modelo, tan parecidas son las vías -- que siguen". (2)

La sociedad avanzada, la sociedad industrial, la sociedad de consumo sería inocua si el consumidor tuviera suficiente autonomía y fuera libre de escoger. Pero no es así, "condicionado" hipnotizado, manejado, "alienado". No es que salga él de su propia personalidad, sino que las agresiones exteriores violentan sus fronteras psicológicas, introduciendo deseos y necesidades que no son realmente suyos.

¿De qué manera se opera ese condicionamiento?

Son muchas las formas, claro está; influye la imitación, el conformismo, etc., pero el motor esencial es la publicidad con su prodigioso despliegue de renovados artificios.

La sociedad de consumo es una creación y una manipulación a partir de la era industrial y de la acumulación de -- descubrimientos y de inventos científico-técnicos, hay algu-

(2) A. de Tocqueville. La Democratie en Amérique, p. 370.

nos factores naturales que han ayudado a establecerla: el aumento demográfico, el despoblamiento del campo, la acumulación urbana. La manipulación del consumo dirige la publicidad y los mercados hacia donde está la masificación humana.)

El hombre vuela, consigue el impulso eléctrico apretando simplemente un botón, es dueño de la felicidad. La época del milagro ha llegado, pero no así la satisfacción ni la felicidad. La sensación de lo próximo-lejano, o viceversa, crea de modo inmediato una ansiedad. El psicoanálisis fundado por Freud, se propaga durante toda la sociedad de consumo con una fuerza y una dirección que sus fundadores no pudieron prever nunca, descubre que el hombre es una dualidad interior-exterior y que su angustia depende de unas representaciones. Estas las ha impuesto la sociedad industrial. La ansiedad y la insatisfacción son compañeras del hombre modernos (alienado); la alienación es un fenómeno por el cual el hombre se convierte en extranjero de sí mismo. Para que un hombre, un grupo o una clase estén alienados, es preciso que ciertas -- fuerzas invisibles le precipiten a ese estado fuera de su naturaleza y de sus intereses, hacia objetivos que no son los suyos, pero que él cree que lo son.)

Retomando a Henry Wallon, encontramos que su acerto sobre la psicología conserva intacta su validez. "Se tejen filigranas sobre la condición humana de un ser humano alienado,

reprimido hasta hacerlo estallar en la locura por la sociedad, o marioneta condicionada para evitar que se extravíe y estalle la locura que es su autonomía". (4)

La insatisfacción se acentúa en la época de la aglomeración humana. En la sociedad de consumo, la idea esencial de alienación en su acepción cotidiana se concreta en la descolocación del hombre en esa sociedad, como consecuencia de una frustración de su satisfacción cuando consigue aquello para lo cual ha trabajado. He aquí uno de los factores psicológicos de la sociedad de consumo.

La moda es otro fenómeno social que implica una manera de comportamiento de personalidades superiores; en el caso de las sociedades unitarias - nación o grupo -, de la élite dominante. Este comportamiento externo, o revestimiento, o - más concretamente, vestido, es imitado a cierto ritmo por -- clases que, estando en una situación inferior, intentan re- ^{producir} presentar un papel superior o ser identificadas con las clases superiores. Una cierta forma de consumo de objetos domésticos se produce así de manera imitativa y por no perder el estatus social - o conquistarlo- que se cree o se aspira a tener, y resulta ser uno de los principales estímulos para - adquirir o renovar.

(4) MERANI L. Alberto. Educación y relaciones de poder. Ed. Grijalvo. México, 1980, p. 79.

Los hombres nos movemos por necesidades, por estímulos, por ideas que provienen tanto de nuestra reflexión como de las circunstancias que la rodean, y que representan los actos humanos. La cualidad de dichos actos es correlativa con la calidad de los estímulos y de la conciencia que los mediatiza. Si los estímulos provienen de condiciones que no son humanas, de un pseudoconcreto, y la conciencia está identificada con los fines de ese pseudoconcreto, la realidad de la esencia humana queda transferida a la cualidad del pseudoconcreto, y el hombre deja de ser por y para el hombre, para convertirse en apéndice alienado de las cosas. La investigación de Wallon se sitúa en la línea de aquellos que tratan de explicar al individuo no por sí mismo sino por las condiciones -- que sobre él actúan. (5)

La tecnocracia que se enorgullece de poder todo, y el Consumismo que todo devora, han distorsionado y opacado en nuestros días los conceptos esenciales de ciencia y humanismo. Por un lado se ha concluido por confundir ciencia con -- producción, y por otro lado, humanismo con consumo; y de este consumo sin medida el individuo lucha para satisfacer un apetito voraz e insaciable por lo nuevo o lo superfluo.

La ideología del capitalismo industrial define al hom--

(5) U.P.N. Pedagogía, Bases Psicológicas. S.E.P., México, 1983, p. 37.

bre con la adaptación a sus necesidades prácticas de la máxima de Protágoras: "El hombre es la medida de todas las cosas" y "del hombre mismo". (6) La educación queda de esta manera completamente supeditada a la tecnocracia. El sistema no necesita hombres que reflexionen sobre la condición humana, que investiguen para llegar al conocimiento y mejorarla, que vivan en la fraternidad y el goce común de la inteligencia. El sistema necesita tecnócratas, simios especializados porque únicamente está interesado en la producción y el consumo.

Los planes de estudio de nuestras escuelas, acentúan esta impresión y los estudiantes acorralados por las "técnicas" resultan cada día más desvinculados de su propia esencia humana. ¡Quien más produce; quien más posee, más domina! La docencia no está al margen de esta tecnocratización de las funciones humanas.

Se impuso la producción masiva y se concedió al pueblo mejores condiciones de vida, para que tuviera con qué adquirir lo producido. De simple productora, la masa se transforma en productora y consumidora. El círculo producción-consumo, intercala al productor por antonomasia y al crecer aritméticamente su diámetro, crece geométricamente la plusvalía del capital que la forma. De este modo el ejercicio del poder pasa de los individuos a las cosas y se instrumentaliza con el consumo. Pero nadie se convierte en consumidor sin u-

(6) U.P.N. Documentos de Trabajo para la Optativa. México, 1985, p. 93.

na previa destrucción de la conciencia.

El poder que antaño se ejercía a través de los hombres, después por medio de los hombres y las instituciones, ahora se ejerce predominantemente por medio de las cosas, cuya producción ha pasado a ser su razón causal, la subestructura ineludible de la ideología.

La producción masiva es un monstruo que se autoexcita y requiere producir cada día más para autoalimentarse y crecer. Como el eje de la producción masiva es el capital, y éste se forma con plusvalía, debe colocar en el mercado y con ritmo siempre creciente, artículos de fácil consumo, de fácil elaboración, de corta duración y de renovación obligada, que brinden por consiguiente, elevado margen de ganancias. Lo superfluo se superpone de este modo a lo esencial, pero, por lo mismo que es superfluo, su demanda debe ser activada. Se crea la "necesidad" y quedamos metidos hasta el cuello en la sociedad de consumo: fabricadora alborozada de "necesidades".

"Los procesos educativos tal como los observamos en la sociedad actual, capitalista, lejos de construir hechos universales son una creación histórica de la burguesía en el poder, y cumplen funciones específicas en los que se concentra la función general de reproducción de la sociedad burguesa y de sus modalidades de explotación". (7)

Vivimos en el régimen de la plusvalía y el consumismo; de producir con beneficio mínimo el producto que se va a consumir y que dejará el máximo de ganancia al productor que conoce de su destino y se lo apropia a través del salario. El capital se autoalimenta y crece con la acumulación de ganancia a expensas del productor-consumidor. El pueblo sostiene la carga de financiar la educación cuyos fines y objetivos - están dirigidos al mejoramiento de la plusvalía o en términos corrientes, a fomentar una ganancia que se acumula en manos extrañas al esfuerzo productor. La importancia que en este orden de cosas se concede a la educación hace que la misma sea presentada como instrumento para la utilidad y que el maestro sea su artífice.

"El proceso de socialización en una sociedad de clases constituye el proceso de internalización a través del sistema educativo de la ideología dominante en la sociedad (es decir de la clase dominante). De este modo, la educación funciona como un efectivo instrumento reproductor de la ideología y del control social. La clase dominante, para mantener el sistema, hace uso tanto de la fuerza - mediante los aparatos represivos del Estado- cuanto de la conquista de consenso - mediante la difusión e imposición de ideologías específicas. Y es a través de la conquista de consenso que la clase dominante legitima su posición. El sistema educativo, juega, en este caso, un papel capital" (8) *Marta*
elab. Leticia

Producir es una bendición para una humanidad hambreada, necesitada de condiciones elementales, del mínimo de aten-

(7) VASCONI, 1972: 309-319.

U.P.N. Documento de Trabajo para la Optativa. Méx., 1985, p. 93.

(8) IDEM, Vasconi, 1972: 21.

ción sanitaria y social. No obstante, si los modos de producción están en manos de un grupo, ¿qué sentido adquiere para la mayoría producir? No nos dejemos engañar por un progreso ingenuo que se asienta en la repartición estadística de bienes. Veamos la realidad, la acumulación desigual de abundancia y miseria, siempre polarizada en los mismos sectores y creciendo por propia inercia. Producir así, termina -- por ser sinónimo de esclavitud.

La tecnocracia y el consumismo han llevado al humanismo al banquillo de los acusados, lo han juzgado y ejecutado. El hombre será centro de interés, pero no por condición humana sino por sus cualidades de productor y consumidor.

Se ha perdido el sentido y valor de las proporciones. La educación, como función de la escuela y de la sociedad, - destinada a desarrollar funciones humanas que hagan humano - al hombre, está también entregada a un trabajo muerto, porque su objetivo es la producción tecnocrática de plusvalía. Es por esto, que al maestro se le educa según las normas del cientificismo y no de la ciencia, se le desplaza de toda apreciación concreta de lo humano para subsumirlo en el abstracto de la ideología.

2.2 Relación Educación-Psicología.

La ideología industrial contemporánea está fuertemente impregnada de psicología; la tecnocracia, que desempeña funciones de poder y crea el neocapitalismo, se apoya en la psicología para preparar a los suyos y seleccionar también a -- sus servidores. Luego entonces, a sabiendas o no, los psicólogos están al servicio de la alienación y hacen de la psicología un instrumento de poder.

La psicología, desde principios de siglo, está dividida en dos ramas: la de los técnicos que ejercen su función de saber, y la de los tecnócratas, una función de poder. Esta -- división, es producto de la presión del régimen industrial. La psicología se usa para la alienación y tiene funciones de poder, por lo que se la ve con la máscara de un humanismo -- con falsa conciencia. Después de la Revolución Industrial e instaurado ya el reinado de la máquina, la técnica descubre que producir a bajo precio es exigir más todavía del hombre que trabaja. El "scientific management" (#) es el primer pa so hacia la sociedad actual de consumo, y lógicamente se da para estudiar la manera de "consumir" mejor la mano de obra, pero cambios así requieren de una ideología, de un sistema más o menos coherente de ideas, de opiniones o de dogmas, -- que un grupo social presente como exigencia de la razón, pe-

(#) Scientific Management: Sistema de Taylor, es un método -- de organización industrial destinado a aumentar el rendi -- miento de los obreros, sin preocuparse por la automatiza -- ción, la usura física y psíquica que se produce en el tra -- bajador.

ro cuyo impulso efectivo está en la necesidad de justificar empresas destinadas a satisfacer aspiraciones interesadas y que deben ser sabiamente explotadas. Es "proceso que el pretendido pensador cumple bien a conciencia, pero con conciencia falsa". (9)

Tal parece como si la ideología hubiese sido fabricada "casualmente" para responder a determinadas "necesidades" - sociales, no es casual que la ideología, aspirante por naturaleza a convertirse en propaganda, tuviese como núcleo la psicología.

El hombre produce y consume; su vida en sociedad resulta en parte de este ciclo; en consecuencia, sus actividades, sus intereses vitales, lo que mantiene la organización funcional del viviente, debe responder a las mismas leyes que rigen el ciclo económico.

Sin duda, el radical behaviorism de Watson, fue más bien un programa que una metodología de la investigación; Taylor, estaba perfeccionando la fórmula estímulo-respuesta. Con todo esto se da un formidable paso adelante, se "amaestra" al individuo, se le convierte en apéndice absoluto del régimen

(9) ENGELS Friederich. Carta a F. Mehing, 14 de junio de -- 1893.

industrial, que se presenta como el gran estímulo, la motivación por excelencia. Todo responde al hilo de la ideología - que desde la Revolución Industrial domina al mundo, al concepto de los bienes de consumo y bienes de producción, a la necesidad capitalista de producir y crear consumidores. Si con el conductismo el régimen industrial descubre un camino nuevo para someter al obrero a sus estructuras, con el instrumentalismo pedagógico de J. Dewey encontrará la manera de --prepararlo para sus fines desde la infancia. Después de la Segunda Guerra Mundial, constituida definitivamente la sociedad de consumo, bajo una u otra variante, el instrumentalismo de Dewey domina y es, muchas veces sin conciencia de lo - que significa como factor de alienación, patrón para el afán de alfabetización del Tercer Mundo.

En el régimen antiguo el amo era persona; su potencia - era activa con capacidad de alcanzar una determinada forma - de existencia, por el contrario, en el régimen industrial el amo no es persona; está representada por instituciones, por organismos económicos. Es la figura sin rostro de la "sociedad Anónima", cuyos componentes están únicamente unidos por la venta de sus acciones.

En la tecnología del régimen industrial, la tendencia - de la producción y el consumo, aunque sea de "bienes de lujo" - como los armamentos- símbolo del poder, o los artículos de

tocador, símbolo de status, favorece la tendencia a la satisfacción por el hecho que aumenta el llamado "redito discrecional", esto es, la medida en que el trabajo individual - como fuerza de producción o como dinero recibido por su enajenación _ está dedicado a la adquisición de cosas que no corresponden a las "necesidades" fundamentales, que son distorsionadas y su campo continuamente ampliado por la publicidad, al mismo tiempo que los subvalores creados por las relaciones públicas las sustituyen. Es una nueva toma de conciencia del mundo, en la cual la mercadería asume el puesto y valor de la acción de los hombres. La vida entera del individuo queda separada del fenómeno, esto es, de las causas y de las consecuencias de la acción, para aparecer por entero en el ámbito de una relación de acomodo y de acatamiento de las circunstancias.

La publicidad trabaja fundamentalmente sobre un hecho concreto, promoción y venta del producto. Las relaciones públicas actúan sobre el plano abstracto del mañana. La publicidad maneja condiciones económicas, políticas o mentales del día; las relaciones públicas, por el contrario, preparan el clima del futuro. El gran instrumento de la publicidad y las relaciones públicas para esta tarea es el lenguaje.

La propaganda pertenece al dominio de las ideas, de la coherción afectiva; la publicidad, al de los productos comercializados, a la coherción por los hechos. Mientras la propa

ganda maneja ideas existentes que orienta y relaciona con el fin general, la publicidad se reserva el papel de "reformular" o "informar". Tanto la propaganda como la publicidad tienen - en común la misión de confundir, de guiar según intereses -- subjetivos, de imponer modos de pensar y actuar. Se trata como dice Freire, de "crear un mito en el que las fuerzas sociales y poderosas destrocen y aniquilen con él al hombre -- simple, oprimido, disminuído y acomodado". (10)

En la publicidad el objeto de consumo debe estar revestido de unas condiciones que rebasan sus propias cualidades, su propia realidad. Debe ser mitificado, convertido en ídolo. Esta es la obra principal de la publicidad, elemento absolutamente básico en la sociedad de consumo, y que moviliza la necesidad de comprar a la vez que ensalza la calidad del objeto, dándole unas derivaciones impensables. El ciclo de la publicidad es el más engañoso de la sociedad de consumo. La adquisición y venta de publicidad, es pues, uno de los grandes negocios de estos tiempos; algunas de las primeras empresas del mundo son publicitarias. La publicidad contemporánea ha perdido en gran parte sus condiciones primitivas de información, de anuncio o de aviso, habiéndola sustituido por la función mitificadora. Para ello se vale de dos teorías cien-

(10) FREIRE Paulo. La educación como práctica de la libertad. Ed. S. XXI, México, 1974, p. 34.

tíficas dispares, pero relacionadas por su apoyatura en la psiquis: la teoría general del psicoanálisis, elaborada por el neurólogo Sigmung Freud y desarrollada por sus continuadores, y la de los reflejos condicionados, original del fisiólogo --- Ivan Petrovich Pavlov. En general se trata de asociar los productos mitificados para moderar deseos o compensar frustraciones con el fin de transformarlos en objeto de sustitución.

El mito es un relato fabuloso destinado por lo general a brindar una explicación suficiente para una mentalidad primitiva; es mito porque ancla en un sentimiento profundo del ser humano, o con palabras de Válerý, "nombre de todo lo que existe y subsiste teniendo únicamente la palabra por causa". (11).

El mecanismo de la publicidad consistirá en proporcionar al consumidor las imágenes o las palabras precisas para evocar en él, sin proponérselo directamente, la sensación de --- tranquilidad, de confianza. Esta publicidad combativa de resistencias es frecuente en los productos peligrosos o considerados como tales.

Para la publicidad, el hombre no es hijo de la razón; su primera ley es que se le debe estimar por otros motivos, y -- procura contornear las barreras de la lógica, yendo por los -

(11) VALERY, Paul, Varieté, La pléiade, I., p. 964-965.

caminos de la sugestión, de la asociación de ideas, del símbolo, de la obsesión que se considera expresión oscura y confusa de necesidades. Se trata de distorsionar la realidad -- del mundo en que vive, de realizar un "lavado de cerebro", - borrando las estructuras mentales, producto del contacto con la realidad, para suplantárlas con principios, creencias, su posiciones de un mundo distinto e irreal. }

El papel de la publicidad es crear fuertes categorías de subvalores y de necesidades en la estructura social e identificarlos con un producto. Es por este camino que se realiza una inversión de valores: el hombre se convierte en objeto al que se debe modificar la estructura mental, y el objeto impone su pseudopersonalidad sobre el hombre. Este proceso en la sociedad de consumo permite controlar y explotar a muchos para beneficio de pocos.

De esta manera, el régimen industrial se entrega a una creación gradualmente más metódica de necesidades y de satisfacciones conformistas; aprovecha de todos, hace creer que todos - obreros, industriales, consumidores, pobres y ricos - estamos unidos a la misma carreta, compartimos las mismas - responsabilidades y luchamos por el bienestar común.

La elección que hacemos de nuestra vida está en todos - los casos unida con un dato determinado. Si se distorsiona -

el dato, si la libertad de acción está desviada por porcedimientos y teorías que falsean el sentido espontáneo arrastrándo por canales predeterminados, la liberación deja de ser una creación absoluta y solamente queda la libertad mezquina de elegir entre los marcos de referencia de la alienación. La manera primitiva de alienación, la de la relación amo-esclavo, queda suplantada por la de un universo cultural en el cual la irracionalidad suplanta a la razón, el inconsciente a la conciencia, inversión de valores que permite la alienación. En esta tarea se comienza por una psicología ad-hoc, que prepara a los individuos para ser engranajes de un humanismo teñido de filantropía.

Psicología y educación son indisolubles. Se educa al hombre, y es necesario conocer primero qué es el hombre a educar. La educación trabaja sobre individuos concretos que tienen una naturaleza humana en lo que tiene de positivo, y su tarea es esencialmente obra de autoridad y respeto. De autoridad en lo que tiene de formativo, de respeto en que debe seguir a la naturaleza y ayudarla. Si falta una de esas dos condiciones la obra educativa desaparece: se convierte en adoctrinamiento o en capacitación técnica.

La pedagogía, que organiza y estructura la educación, se introduce en las técnicas avanzadas de producción; es la herramienta primera, junto con la psicología que la acompaña

como base necesaria. Pero con las formas que propagan, ambas pertenecen al régimen industrial, son sus instrumentos y están estructuradas para servir a sus intereses. La pedagogía, pragmática, descriptiva e informativa, responde al instrumentalismo de Dewey. Su función es instruir y adaptar, preparar la inteligencia para resolver problemas concretos en situaciones concretas. Solamente procura despertar lo que es útil para las formas de producción y consumo, convertida como está en un elemento más de plusvalía.

De este modo, no se trata de formar hombres, según los conceptos tan injustamente olvidados de Decroly y de Montessori, sino crear diferentes grados de conformismo, alcanzados conscientemente con la instrucción, inconscientemente -- con la publicidad, que permitan al individuo integrarse sin limitaciones al grupo constituido por las necesidades del good will (#). Hemos caído en la trampa de creer que los fines de la educación se identifican con los de la producción.

2.3 El desarrollo de la educación consumista.

En sus orígenes el hombre transmitió directamente sus experiencias a la descendencia; la primera escuela fue la vi

(#) Vid Capítulo IV. (buena voluntad).

da; se aprendía lo necesario para sobrevivir porque la humanidad todavía estaba sometida a la historia natural. El medio donde se desenvolvían los seres humanos era natural, y las relaciones sociales sólo conocían el nivel de la cohesión del grupo para la recolección de alimentos y la defensa. Las industrias humanas aparecen como factor de cambio y de estabilidad, y las relaciones sociales se hacen complejas.

El aprendizaje directo en sus comienzos tuvo intereses y límites que son sociales, de estructuración de las formas sociales del grupo. En la medida en que éste se complejiza, se crean nuevas necesidades de conocimientos cuyos mecanismos deben ser cumplidos por sujetos especialmente instruidos para el caso. Este cambio ventajoso para los individuos en algunos aspectos resultó a la larga destructivo. La escuela didácticamente atrasada de nuestros padres, de nuestros abuelos, preparaba para las tareas simples exigidas por una industrialización incipiente. El poder sólo pedía dos cosas: capacidad para el trabajo, que lograba con esa rudimentaria educación primaria, y sumisión a sus fines.

Desde entonces la necesidad deja de ser problema como necesidad de grupo, para caer en manos de la necesidad de una clase, y automáticamente se convierte en instrumento de dominio porque representa la sumisión del hombre a las fuerzas económicas que tienden a oprimirlo, y a la vez lo necesi

tan especialmente educado para sustentarmas y desarrollarmas.

La educación, primero fue una necesidad de la estructuración jerárquica del poder; después sus contenidos y alcances fueron calculados según la porción de ejercicio de poder que se asignara a los educandos. El contenido de la educación correspondía a intereses que constituían en última instancia la razón del Estado. Pero desde que la técnica vuela por sobre las fronteras y la producción adquiere carácter internacional, y el poder que antaño se ejercía en nombre de Dios, ha pasado a manos del capital organizado, en corporaciones - cuya ideología "internacionalista" no afina en terruños, patrias, estados, sino que sustituye el interés inmediato de súbditos por el de consumidores en acto o en potencia.

Históricamente, la educación ha estado subrogada al poder y lo está ahora más que nunca, y al poder de la tecnocracia, porque se pretende educar para las necesidades de la misma y no para proporcionar al hombre condiciones humanas. En las circunstancias actuales, mejorar la nutrición de la gente es llenarles el estómago con alimentos industrializados y sofisticados, sin tomar en cuenta las consecuencias físicas, psíquicas y económicas.

Para mejorar la salud no se toman medidas preventivas - que favorezcan el desarrollo integral del ser humano; que le

permitan vivir armónicamente con la naturaleza. De lo que se trata es de consumir todo lo que la tecnocracia produce en -derrama.

Se han realizado numerosas críticas al crecimiento, al desarrollo y, por consiguiente, a la sociedad de consumo. Las más frecuentemente citadas son el Informe del Club de Roma -una reunión de técnicos y economistas, convocada por la gran industria fundada en 1968- y, la emitida en 1972 por -el líder socialista holandés Sicco Leenert Mansholt ex-presidente de la Comisión Ejecutiva de la Comunidad Económica Europea. El eje de estas críticas es que el desarrollo desmesurado va en contra de la calidad de la vida. Es decir, que los productos entregados al hombre para su consumo son cada vez más insatisfactorios y deterioran el concepto de una vida estable, de un disfrute de las condiciones reales de existencia. Estas críticas se relacionan con las de los ecólogos para quienes la multiplicación industrial y otros factores, falsean las relaciones del hombre con la naturaleza en detrimento inmediato de ésta, y, por consiguiente, del propio hombre, que es su tributario. Otra crítica proviene de las víctimas del crecimiento occidental: los países subdesarrollados. El consumo de las sociedades occidentales se hace a costa de las materias primas insuficientemente pagadas y de la mano de obra barata de éstos.

Hasta ahora, los datos existentes demuestran que el crecimiento occidental se hace en detrimento de los países subdesarrollados, y que aumenta continuamente la distancia entre naciones ricas y naciones pobres.

Frente a esta panorámica, ¿qué tienen que decir los pedagogos? Nada, porque en su alienación están aferrados a una pseudopersonalidad. ¿Podemos pedir a la educación que escape furtiva y solitariamente de la alienación que impone la ideología del momento? No, porque la tarea específica de los contenidos de la educación moderna, es formar conciencias -- pragmáticas que funcionen con mecanismos perfectamente sincronizados con la realidad del momento. Su finalidad es la apropiación real de la esencia humana por el sistema y para el sistema. El resultado es la riqueza concentrada en muy pocas manos, el desconocimiento de que para formar hombres se deben crear condiciones humanas; condiciones que equilibren lo económico y lo moral expresándose en el bienestar y el goce común.

Los contenidos de la educación actual están referidos a un pseudoconcreto, a una falsa realidad derivada de situaciones ficticiamente creadas, y por consiguiente, los puntos de referencia que sirven de apoyo al espíritu pertenecen a un orden de cosas que no es humano, porque no corresponde a las necesidades del hombre, a las que están arraigadas en su na-

naturaleza que es tanto natural como histórica y por lo tanto concreta, sino que derivan de la esencia de las cosas que son producto de la circunstancia. En este sentido Wallon apunta que el individuo "lejos de ser un sistema cerrado, se encuentra de entrada sin cohesión íntima y lanzado sin el menor control a las influencias más fortuitas". (12)

La educación, en todos sus niveles, procura la eficiencia y la obtiene; de este modo, la escuela perdió su carácter inicialmente formativo y con ayuda de los psicólogos apresura la aparición y desarrollo de las funciones cognoscitivas. - Siendo la estructura actual, la competencia por la producción; no cabe esperar la maduración evolutiva de los sistemas funcionales de la inteligencia, se procede más bien a la estructuración rápida de capacidades técnicas y la mejor escuela - ya no es la del pensamiento y la reflexión, sino la de la acción.

La pedagogía por sí sola no puede romper esta cadena cíclica de circunstancias, porque depende de las relaciones de poder. Ninguna educación podrá ser liberadora mientras no se asiente en la apropiación de la esencia humana por el hombre y para el hombre, porque la alienación identifica la cualidad humana con la apariencia de las cosas; manipula las conciencias en nombre de una libertad cuya alternativa es producir - más lo superfluo que nos condiciona para consumir y acrecen-

(12) U.P.N. Pedagogía: Bases Psicológicas. S.E.P. Méx., 1983, p. 37.

tar la plusvalía en detrimento de la condición humana. La pe
dagogía tiene que actuar enérgicamente, de no hacerlo, seguir
rá reforzando el nihilismo en el poder, formando hombres de -
la mayoría para servir a los intereses y necesidades del hom
bre de la minoría; educando para una sociedad de productores-
consumidores, demostrado asimismo que cada vez que se analiza
el rendimiento de la educación, se descubre que los cambios -
sirven para que todo siga igual.

2.4 Situaciones educativas que propician el consumismo.

Una vez destruido el mundo medieval, el hombre de occi-
dente pareció encaminado hacia el logro final de sus más an-
helados sueños y visiones. Se liberó de la autoridad de una
iglesia totalitaria, del peso del pensamiento tradicional, de
las limitaciones geográficas de nuestro globo, sólo a medias
descubierto. Construyó una ciencia nueva que con el tiempo -
llegó a la aparición de fuerzas productivas desconocidas has
ta entonces y a la transformación completa del mundo material.
Creó sistemas políticos que parecieron asegurar el desarrollo
libre y provechoso del individuo, sin embargo en el presente
siglo, el carácter del hombre se orienta más hacia una pasi-
vidad considerable y una identificación con los valores del
mercado.

El hombre contemporáneo es ciertamente pasivo en gran -

parte en sus momentos de ocio. Es el consumidor eterno; se "traga" bebidas, alimentos, cigarrillos, conferencias, cuadros, libros, películas; consume todo, engulle todo. El mundo no es más que un enorme objeto para su apetito; una gran "mamadera", una gran manzana, un pecho opulento. El hombre se ha convertido en lactante, eternamente expectante y eternamente frustrado. Así como el hombre primitivo era impotente ante las fuerzas naturales, así el hombre moderno está de samparado ante las fuerzas económicas y sociales que él mismo ha creado.

En el mercado sólo se ofrecen y venden bienes de consumo; el trabajo humano ha llegado a ser un bien de consumo, - vendido en el mercado laboral en iguales condiciones de comercio recíproco. El hombre se ha transformado a sí mismo en un bien de consumo, y siendo su vida como un capital que debe ser invertido provechosamente; si lo logra, habrá "triunfado" y su vida tendrá sentido; de lo contrario será un "fracasado". Su "valor" reside en el precio que puede obtener - por sus servicios, no en sus cualidades de amor y razón ni - en su capacidad artística. De ahí que el sentido que tiene - de su propio valor depende de factores externos y que sentir se un triunfador está sujeto al juicio de otros. Es por eso que vive pendiente de estos otros, y que su seguridad resida en la conformidad, en no apartarse nunca del rebaño. La reli gión se ha convertido en una cáscara vacía; se ha transforma

do en un dispositivo que nos ayuda a elevar nuestras propias fuerzas para lograr el éxito. Dios se convierte en esta forma en socio del negocio.

Las masas de la sociedad de consumo están compuestas -- por individuos cuya ocupación laboral tiene lugar dentro del sistema de división del trabajo. Esta división comienza a -- realizarse de manera masiva a partir de la sociedad indus- - trial: hasta ella aún quienes trabajaban en talleres colecti- - vos participaban mentalmente del objeto o de la obra acabada. Se ha dado como ejemplo la anécdota del alarife medieval que colocaba minuciosamente una piedra sobre otra; cuando le pre- - guntaban qué estaba haciendo, en vez de responder: "coloco - - piedras", decía "¡estoy construyendo una catedral!";

La sociedad industrial implanta la división del trabajo en el momento en que las máquinas adquieren una función pre- - dominante y se aplicó como sistema a partir de la introduc- - ción en Estados Unidos del Taylorismo -- de su inventor Frede- - rick Winslow Taylor-- , o trabajo en cadena en la racionaliza- - ción y la productividad.

En general la participación destacada de las masas en - la vida social, significa instintivismo, espontaneidad; pre- - dominio de lo útil sobre los valores más altos; menosprecio de la personalidad en aras de la uniformidad, culto por la -

vida pública con menosprecio de lo que significa intimidad; propensión a la violencia; atención exclusiva de lo momentáneo e inmediato sin miramiento al pasado ni a lo futuro; conducta irracional determinada por la sugestión y la imitación; en suma, rebajamiento cultural, barbarización, decadencia. La mentalidad del hombre-masa de acuerdo con Ortega y Gasset, ha invadido todas las esferas de la sociedad tanto de la ciencia como del arte y de la dirección social. Su característica fundamental común en todos los círculos es su impaciencia y su desmesurado apetito por el disfrute inmediato de los diversos frutos de la civilización.

Las masas son el motor fundamental del desarrollo histórico. Ellas han sido siempre las productoras de los bienes materiales, que son la base determinante de las transformaciones políticas más significativas en la historia universal y en lo particular de las naciones. El bajo nivel cultural en que las masas han vivido, no se debe a su incapacidad natural, sino a las condiciones económicas y culturales que han sufrido en los regímenes basados en la explotación. El industrialismo moderno ha tenido éxito en la producción de esta clase de hombre-masa: el autómatas, el enajenado.

Lo que se consume es algo igualmente enajenado. Esta de terminado más por frases publicitarias que por nuestras verdaderas necesidades, nuestros paladares, nuestros ojos o nuestros

oídos' La tendencia reforzada por el consumo, tan necesario para la expansión del mercado, lleva a lo que Huxley ha expresado muy sucintamente en su libro *Brave New World*. Uno de los "slogans" con que todos hemos sido condicionados desde la infancia dice: "Nunca dejes para mañana el goce que puedas tener hoy". El ser humano tiene gran capacidad para imitar a sus semejantes, asimila vertiginosamente múltiples y complejas formas de conducta que encuentra ya prevalecientes en su medio social.

Se critica severamente el contenido moral y estético de los "comics", el cine, la radio, la T.V., la exaltación de temas eróticos, la violencia, la acentuada preferencia por la música de pésima calidad estética. Tales características son el reflejo de una sociedad que se sustenta en la explotación de una parte de sus miembros, en la desigualdad, en el ejercicio de la fuerza, tanto en el interior de la misma como en sus relaciones exteriores.

Es observación común de que, personas que sustentan una determinada actitud frente a una cuestión social concreta, como consecuencia de nuevas orientaciones escuchadas o leídas reiteradamente suelen abandonar sus actitudes originales por otras diferentes y hasta opuestas. Los medios de comunicación masiva juegan en este sentido un papel de suma importancia.

En la sociedad de consumo como la nuestra, una de las formas de conservar o adquirir prestigio es, sin duda, la posesión y empleo de bienes de consumo ostensible, que están de acuerdo por su costo y su presentación, con el estrato social al que se pertenece o al que se aspira. Adquirir y consumir bienes con el estilo de moda, constituye una forma obligada de conservar o acrecentar el prestigio ante los demás.

La vinculación existente entre la moda y las necesidades de la economía capitalista es poderosamente robustecida por la gigantesca importancia que en ésta ha conquistado la publicidad. Acuciada por el imperativo capitalista de ampliar el mercado para aumentar la producción y, consecuentemente, las ganancias, asume una función "educadora", es decir, se empeña en formar una actitud positiva hacia la moda entre aquellos sectores de la población más indiferentes hacia ella. Numerosos "slogans" han sido empleados para tal efecto. Esta se ha hecho aún más breve en la sociedad actual por el efecto natural de los extraordinarios medios de comunicación masiva. Con el manejo de éstos, por la publicidad, el ciclo de la moda se abrevia todavía más, pues el bombardeo publicitario en el momento mismo de la presentación de una nueva moda, trae como consecuencia una adopción generalizada casi simultánea, con lo cual crea la necesidad psicosocial de una nueva moda sustitutiva.

El gigantesco desarrollo que la publicidad comercial ha llegado a adquirir, se explica por la naturaleza del sistema de producción capitalista, éste opera sujeto ineludiblemente a la ley del valor y de la plusvalía con la que se acrecenta constantemente el capital acumulado y la capacidad de producción. La separación entre productor y consumidor es tajante. Desaparece el contacto personal, la conquista comercial se hace indispensable así como la publicidad permanente. Las -- fluctuaciones cíclicas y las crisis son inherentes al capitalismo por la anarquía en la producción y la insuficiente capacidad adquisitiva de la clase asalariada, la consecuencia de estas crisis periódicas es la disminución de la producción global del sistema, por eso cada empresa procura garantizar un mercado seguro y recurre a la permanente publicidad para formar hábitos de consumo, de tal forma que ni en época de - crisis deje la adquisición.

Tanto la costumbre como la moda, son formas sociales de comportamiento, que conllevan un elemento de presión de grupo sobre el individuo. La costumbre es una forma de control social. Se impone sobre toda generación actual como el mandato de las generaciones precedentes. La moda, aunque en su inicio, carece de control social, cuando se generaliza ejerce fuerza controladora y se adopta como un acto de elección.

A medida que la vida social se ha hecho más intensa, so

bre todo por el aumento de población, la hipertrofia de las grandes ciudades, el incremento de la propaganda y la publicidad, el perfeccionamiento de los medios de comunicación y el mayor ritmo del cambio social en todos los órdenes de la vida humana, la sugestión colectiva va adquiriendo cada vez mayor importancia, pues en dichas condiciones el individuo está cada vez más expuesto a poderosos y múltiples estímulos y en situación cada vez menos propicia para resistir a su influjo mediante una reflexión personal crítica.

La propaganda política y comercial, tiene su base en el destacado papel que desempeñan las masas como participantes políticos y consumidores. La propaganda política así como la publicidad comercial, conceden gran importancia al aspecto emocional de sus estímulos. Es indispensable producir una viva emoción colectiva. El tono emocional que generalmente acompaña a la propaganda política se manifiesta particularmente en la proclama escrita y en la arenga verbal, en virtud de que ambas se originan ordinariamente por sucesos actuales, acerca de los cuales se espera una reacción colectiva. Cuando la propaganda proviene de una ideología declinante y por tanto, insostenible, disfraza la pobreza ideológica mediante llamados demagógicos o actitudes seculares manejadas torcidamente. Tratándose de la publicidad comercial, esto se expresa en cambios periódicos de la presentación gráfica o en el texto que resalta las excelencias del producto o servicio del que se trate. La técnica de la publicidad se basa en que todo -

estímulo publicitario, observa un proceso general que sigue las siguientes etapas: la atención, el interés, el deseo, la voluntad y la compra del objeto o el pago del servicio.

Entre la comunicación y la educación se encuentra la ideología, así como también se encuentra presente en otras interrelaciones sociales. Cada una de estas instituciones posee formas particulares de comunicación ya sea en su interior como en su relación con los demás. Es decir, cada aparato ideológico genera un determinado discurso. Es así como puede reconocerse el discurso educativo en cada formación social.

La educación como proceso social, implica un permanente y cotidiano intercambio de informaciones, conocimientos y experiencias entre emisores y receptores, o entre educadores y educandos. Es decir, la enseñanza y el aprendizaje suceden a través de procesos de creación, emisión circulación y percepción de mensajes en diversos sentidos, pero muy frecuentemente, a través de estos mensajes se forma a los individuos para un saber acumulado y una actuación irreflexiva.

La educación en cualquiera de sus modalidades, se realiza a través de procesos de comunicación, y todo proceso de comunicación requiere de uno o varios medios para transmitir mensajes. El uso de éstos, para ejercer una influencia formativa, no es casual ni aislado, sino que responde a intencio--

nes e intereses que están determinados por una formación social dada. La formación social actual está dada de acuerdo a los intereses del capitalismo dominante, el que a través de diferentes modalidades educativas reproduce y consolida normas, valores, actitudes y prácticas consumistas.

2.5 El enfoque de la nueva educación.

Aunque las actitudes, como hábitos, una vez que son adquiridos tienden a arraigarse como elementos de la personalidad, son susceptibles de modificación si los factores que han influido en su aprendizaje en un sentido, actúan posteriormente en sentido contrario. Desde luego, una vez adquirida una actitud, es más difícil su eliminación y más aún, su reorientación en sentido opuesto que su adquisición.

En la evolución del pensamiento pedagógico se advierte una cada vez mayor conciencia de la importancia que en la educación integral del ser humano tiene la formación de actitudes. La pedagogía moderna señala enfáticamente que en todas las asignaturas o áreas del programa escolar, junto a los conocimientos, hábitos y habilidades, debe ocupar un lugar preeminente la formación de las actitudes positivas. El desconocimiento de este concepto fundamental es una de las causas más graves de las deficiencias de la enseñanza-aprendizaje.

A menudo emitimos determinado juicio simplemente porque

lo escuchamos de otras personas. La aceptación o rechazo de una tesis social, de una corriente filosófica, de una expresión estética, un movimiento, un acontecimiento social, una determinada forma de vestir, un personaje de la vida social, etc., suelen estar determinados no por nuestros propios puntos de vista, sino por lo que escuchamos o leímos, esto es, debido a la influencia que los juicios del prójimo ejercen sobre nosotros, en suma, por simple sugestión. Claparede considera que un "instinto de conformidad" lleva al niño a copiar su ambiente.

La niñez es preeminentemente el período de la heterosugestionabilidad. La elevada sugestibilidad de la niñez siempre ha sido aprovechada positivamente por padres y educadores para inculcar hábitos, actitudes, valores y normas favorables a su adecuada orientación y a su desarrollo; pero ésta también es aprovechada por la publicidad comercial y la propaganda política, en numerosas ocasiones dirigidas negativamente para inculcar a las nuevas generaciones prejuicios de diversa índole. El nivel cultural de las personas condiciona también en su susceptibilidad a las influencias sugestivas. Las persona culta, por el cúmulo de información que ha adquirido acerca de múltiples aspectos de la realidad natural y social, así como el obligado ejercicio de su capacidad de razonamiento enfrentada a menudo a diversas tesis, teo--rías y alternativas teóricas y prácticas, ha adquirido una acti

tud general de examen objetivo y crítico que la habilita para considerar, también objetiva y críticamente, sus nuevas experiencias y consecuentemente, puede rechazar, en mejores condiciones, que la persona de escasa cultura, las desorientaciones con alto poder sugestivo provenientes de su medio social.

La educación siempre ha estado al servicio de las clases dominantes, hasta el momento en que otra clase revolucionaria consigue desalojarlas e imponer su propia educación. Cuando la nueva clase no es todavía bastante fuerte, se conforma con que las clases dominantes se estrujen para hacerle sitio. En este caso no hay revolución en la educación, sino simplemente una reforma. Ligada estrechamente a la estructura económica de las clases sociales, la educación no puede ser en cada momento histórico sino un reflejo necesario y fatal de los intereses y aspiraciones de esas clases. ¿No están los intereses de la burguesía en los textos que el niño estudia, en la moral que se le inculca, en la historia que se le enseña?. La llamada neutralidad escolar sólo tiene por objeto sustraer al niño de la verdadera realidad social: La realidad de la lucha de clases y de la explotación capitalista. Mientras los maestros creen que reciben "almas vírgenes", la burguesía ya los ha enseñado a querer y sentir como ellos.

Revoluciones en educación sólo ha habido dos: cuando la sociedad primitiva se dividió en clases, y cuando la bur-



111789

111789

guesía del Siglo XVIII sustituyó al feudalismo. Después de esto, la sociedad quedó dividida en dos clases hostiles con intereses irreconciliables: una minoría exigua de explotadores burgueses y una masa enorme de explotados proletarios. - Frente a esta realidad actual, la nueva educación ¿a qué clase social interpreta? Cada paso que nos aleja sin conciencia de la clase a que pertenecemos, del grupo que nos origina, nos arrebatara una parte del conocimiento del mundo. La clase media, siempre buscando la ascensión y la obtención de privilegios, temiendo naturalmente su proletarización ingenua y emocional, ve en la concientización popular una amenaza de paz, de ahí su posición reaccionaria.

Frente a la clase, el maestro encarna una actitud y una intención. La actitud está representada por la actividad didáctica y es la manera como el maestro utiliza los medios a su disposición para que los caminos del aprendizaje resulten sendas adecuadas a la idiosincracia de los alumnos. La actitud pedagógica es un arte que cualquiera puede aprender, pero pocos pueden asumir con propiedad porque requiere una aptitud de donación y esfuerzo que por sobre todo significa amor por el que se educa. La intención del maestro está constituida por dos elementos esenciales: ideología y espíritu crítico. De aquí que cuando el maestro enseña ¿depende de la ideología o lo hace críticamente? ¿Es o no consciente del valor de lo enseñado? En muchos casos la ideología del maestr

tro corresponde a la ideología que lo aliena y se expresa -- por medio de la transmisión de conciencia de los fines que -- persigue.

Es conveniente para la clase dominante fomentar en los maestros el apostolado "todo educador puede considerarse un sacerdote". En directo contacto con las masas populares sería peligroso que el maestro llegara a comprender que también es un obrero como los otros, alienado y explotado. La nueva educación se propone que el maestro llegue limpio de toda mentalidad de clase, aspiración absurda, contradicha por toda la experiencia histórica. Exigirle al estado burgués que en -- nombre de la cultura y el espíritu se autolimita, es muy ingenuo y supuestamente eso pretende "la nueva educación".

Es innegable que el maestro puede ayudar a transformar la condición humana de sus alumnos, de la sociedad que éstos integrarán, pero no por medio de lo que se enseña, sino según la medida de su identificación y realización de lo humano a través de lo enseñado. Cuando un maestro lo es de verdad, cuenta menos su saber que la intención de despertar en los educandos por y para ellos el sentido de la vida. La educación no puede limitarse al ambiente de la escuela, más -- bien debe proyectarse socialmente. Si alcanza a dar este paso ya es consciente de lo humano y de su realidad concreta, la ideología deja de existir para el individuo porque ha des

cubierto sus argucias y ya no le sirve.

En la sociedad actual, que es la sociedad de consumo, - el hombre masificado asume posturas crecientemente dependientes y conformistas frente a la vida. Excluido de la órbita - de la decisiones, que se limita cada vez más a pequeñas minorías, es guiado por los medios de publicidad a tal punto que en nada confía sino en aquello que oyó en la radio, en la -- TV o leyó en los periódicos. De ahí su identificación con -- formas místicas que explican su mundo. Su comportamiento es el del hombre que pierde dolorosamente su dirección. Es -- el hombre sin raíces. De ahí la necesidad de una educación - que lleve al hombre a una nueva posición frente a los problemas de su tiempo y de su espacio.

Educación que provea al educando de los instrumentos - necesarios para resistir los poderes del desarraigo frente a una civilización industrial que se encuentra ampliamente armada como para provocarlo. Una educación que posibilite al - hombre para la discusión valiente de su problemática actual, que lo advierta de los peligros de su tiempo para que consciente de ellos, gane la fuerza y el valor para luchar en lugar de ser arrastrado a la pérdida de su propio yo, sometido a las prescripciones ajenas. Educación que coloque en un diálogo constante con el otro, que predisponga a constantes revisiones, a análisis críticos de sus descubrimientos a una cierta rebeldía, en el sentido más humano de la expresión.

Todos los niños de hoy en día y los adultos conocen las malaventuras jocosas y siempre con una sana moraleja burguesa del muñeco Pinocho. Walt Disney lo popularizó con sus dibujos animados y lo inmortalizó para los ávidos espectáculos fáciles en la meca del consumismo intelectual que es Disney World. Muy pocos saben que este muñeco es el producto de un robo intelectual del Pinocchio de Carlo Collodi.

El proceso de la educación de Pinocho, es idéntico al amaestramiento de los animales. Pinocho es para las relaciones de poder, nace y termina siendo humanidad alienada. En cambio, el drama de Pinocchio es el drama inconsciente de todos los humanos a los que se condiciona para que a manera de los soldados, marquen el paso al unísono. El muñeco de Disney es caprichoso, rebelde, aprovechado y víctima de sus desobediencias. El de Collodi, encarna el drama del anticonformismo, es concreto y dramático porque sus desventuras son el drama del que queriendo ser él y para él las circunstancias no lo dejan y procuran alienarlo.

La pedagogía llamada pomposamente para la vida, es la del pragmatismo que proporciona los sujetos que el mercado exige. La uniformidad es su patrón y el conformismo, el ideal para las acciones humanas. La educación es el eje del proce--

so de autocontrol social y frustra la naturaleza de los hombres, pero les brinda la correspondiente gratificación con la vida armoniosa de la sociedad.

Los tecnócratas que establecen estadísticamente grados, valores y destinos del hombre, hacen caso omiso de toda determinación que pudiese ejercer el pasado y conciencia del individuo, y propietarios de su destino procuran convencerlo de que la imagen que ellos presentan es la que él anhela. De esta manera, lo que cuenta no es el individuo, su razón y conciencia, sino la simple determinación histórica de hábitos y costumbres que engloban promiscuamente desde las uniones afectivas hasta las predilecciones culinarias, lo cual lleva a una sociedad mental y materialmente condicionada por factores que se dan eternos e inmutables.

Si el maestro es responsable de dos tareas: enseñar y formar, si enseña críticamente y forma para la libertad, habrá puesto los sillares de un mundo verdaderamente humano. Formando al niño, se determinan los tiempos futuros. Esta tarea responsabiliza al maestro frente a la humanidad, y todo depende de que de sus manos salgan Pinochos o Pinocchios.

Desde todos los ángulos, es una tarea difícil, porque los hábitos y las actitudes no se adquieren ni se desarrollan precisamente en la escuela, antes de llegar a ella, el indi-

viduo ya está condicionado para la práctica de ciertos patrones de conducta, que lo conducen a la alienación, a la enajenación y al consumismo.

De ahí que desde que los niños llegan a la escuela:

- Consumen los alimentos que los anuncios publicitarios recomiendan como deliciosos y nutritivos (productos - "chatarra").
- Han asimilado ya los programas cuyos mensajes hacen creer que en el mundo todo va bien.
- Entienden que la violencia desatada en los programas que difunden los medios de comunicación masiva, es la mejor manera de dominar y triunfar sobre los otros.
- Traten de imitar las actitudes de los ídolos que presenta la publicidad.
- Ya tienen ciertas preferencias por determinadas marcas de vestir y de artículos de uso cotidiano que la publicidad se ha encargado de anunciar.
- Más que sus libros de texto u otra clase de libros -- que induzcan al conocimiento, prefieren los "comics" que tanto abundan en el mercado, cuyo contenido es alienante y mercantilista.
- Están convencidos de que el sobresalir y destacar en ciertos aspectos, es beneficioso para opacar a sus -- compañeros, vecinos, amigos, etc.; olvidándose de la generosidad que conlleva a compartir el conocimiento

y los beneficios de la naturaleza, la ciencia, la téc
nica, el arte y la cultura.

- Festejan con más entusiasmo las fechas comerciales -
que las históricas y tradicionales.

Combatir lo anterior, implica una tarea de romanos para
la docencia, porque el material humano que reciben en sus ma
nos está sellado y etiquetado por la ideología capitalista.
Por lo que primeramente se requiere de mucho entusiasmo e in
terés por parte de los docentes y autoridades educativas pa-
ra emprender acciones tendientes a contrarrestar el consumis
mo, involucrando para ello no solamente a la escuela, sino -
también a la comunidad.

CAPITULO 3

PROPUESTA PARA UNA EDUCACION NO CONSUMISTA

CAPITULO 3. PROPUESTA PARA UNA EDUCACION NO CONSUMISTA.

Para contrarrestar la problemática del consumismo, se proponen las siguientes alternativas:

Que las autoridades educativas inicien la propuesta y participen con el debido interés y la información adecuada.

Que el maestro en diálogo abierto con sus alumnos, motive a la reflexión y al análisis crítico sobre el fenómeno -- del consumismo cuyo propósito es presionar a la gente para que deseché, gaste y consuma; haciendo cada vez más ricos a los ricos y más pobres a los pobres.

Que se informe y se haga notar a los niños que los alimentos llamados "chatarra", se les denomina así porque la publicidad los presenta apetecibles y deliciosos (refrescos, frituras, polvos para preparar aguas frescas, cereales industrializados, etc.), pero la realidad es que dichos productos carecen de la calidad nutritiva; además de costosos, perjudican seriamente la salud y aumentan la cantidad de basura con sus envases y envolturas.

Que los maestros discutan y analicen con sus alumnos -- programas radiofónicos y televisivos; haciendo notar que los medios de comunicación masiva tienen más bien enfoques publi

citarios y consumistas que funciones recreativas y culturales.

La crítica reflexiva sobre algunos eventos deportivos - como el foot-ball, el base-ball, etc., que persiguen fines - mercantilistas, desviando así el contenido educativo, formativo y recreativo que tiene el deporte.

Discutir en el salón de clases la problemática del deterioro ecológico que ha ocasionado la sobreproducción y consumo de objetos industrializados, desechables y tóxicos.

Insistir en la necesidad de leer el contenido de los -- productos industrializados, para que se tenga conocimiento - de la cantidad de sustancias nocivas con que son elaborados (edulcorantes, conservadores, colorantes, saborizantes, etc.), lo cual resulta peligroso para la salud.

Orientar a los alumnos sobre programas y eventos cultu- rales difundidos por los medios de comunicación masiva o al- guna otra institución. Posteriormente discutir los conteni-- dos en el salón de clases.

Enfatizar en el programa lo referente a las reglas de - higiene y los hábitos que conducen a la conservación de la - salud física y mental; recomendando a los maestros que se -- discutan los principios fundamentales que se requieren para

conservar esa salud: alimentación natural y nutritiva, la práctica de algún deporte, el aseo de cuerpo, ropas y medio ambiente.

Exaltar los valores morales y espirituales del ser humano, haciendo un análisis crítico de los valores efímeros que la publicidad resalta en ciertas individualidades que presenta como ídolos de las multitudes. Todo esto con la finalidad de fomentar el consumismo.

Orientar sobre la conveniencia de usar jabones en lugar de detergentes, evitar la compra de aerosoles, desodorantes, plaguicidas, etc., además de ser productos innecesarios, son costosos y contaminadores del aire, el agua y otros espacios ecológicos.

Que los maestros motiven a sus alumnos para que reflexionen sobre lo que significa en la sociedad actual el fenómeno de la imitación, propiciado en gran medida por la publicidad cuando presenta individualidades y situaciones estereotipadas que el perceptor trata de imitar con actitudes similares. Todo esto con el propósito de suscitar la compra y el consumo.

En lo referente a eventos cívico-sociales, evitar gastos onerosos en vestuario, que en lo futuro no tenga uso cotidiano.

Que los maestros no pidan a sus alumnos útiles de determinadas marcas.

No exhibir el lujo y la ostentación en los uniformes y vestuario de las escoltas.

No conmemorar fechas comerciales como el día de la amistad, intercambio de regalos, etc.

Sugerir a los maestros que incluyan dentro del programa recetas culinarias; que sean nutritivas, económicas y sencillas. Informar sobre la calidad y los valores nutritivos de los alimentos.

Dejar tareas sobre programas, películas y eventos en -- los que se manifieste la reflexión, el análisis y la crítica constructiva de parte del maestro y de los alumnos.

Elaborar los trabajos manuales con materiales de reuso, los cuales serán de uso práctico; y no solamente caros y vistosos. La creatividad del maestro y educandos es fundamental para la realización de dichos trabajos.

Que la lectura se efectúe no solamente en los libros de texto gratuitos, sino que se busquen otras fuentes de información donde se puedan localizar y criticar temas referentes

a la salud, a la contaminación y al consumismo.

Dentro de las actividades agropecuarias, marcadas en el programa, hacer hincapié en el cultivo de hortalizas a nivel familiar, haciendo uso de los espacios disponibles como son: jardines, macetas, botes o simplemente bolsas de plástico - (de las que tanto abundan).

Que en las cooperativas escolares se haga una selección de productos para su venta. Tal selección tomará en cuenta - los valores nutritivos y económicos. El proceso de su elaboración no debe ser complicado ni sofisticado.

Que el Departamento de Cooperativas Escolares dé todas las facilidades para que en las escuelas no se vendan productos "chatarra", más bien que se formen comisiones de padres de familia para la preparación de productos alimenticios adecuados.

Discutir con los alumnos el asunto de la calidad de - - nuestros productos, estableciendo comparaciones con los de - - otros países a los que muchas veces se les compra caro y se les vende barato.

Recalcar cuando sea oportuno la importancia que tiene - para nuestro país que en el mercado se consuma lo hecho por

nuestros trabajadores mexicanos.

En las festividades y celebraciones, enfatizar el valor de nuestras tradiciones, haciendo notar que estamos invadidos por costumbres y modalidades extranjeras, lo cual lesiona seriamente nuestra identidad y nos conduce al consumismo.

Motivar a los padres de familia para que participen con sus hijos en la elaboración de platillos económicos y sencillos, tomando siempre en cuenta el valor nutricional.

Establecer con los padres de familia, reuniones periódicas con la finalidad de lograr la participación, la cooperación y el apoyo para que compartan con sus hijos las alternativas propuestas y contrarrestar así el consumismo.

CAPITULO 4

ENFOQUE METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION

CAPITULO 4. ENFOQUE METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION.

La investigación es un proceso social que se origina -- dentro del campo de la problemática, en la que intervienen -- los grupos humanos para transformar simultáneamente el conocimiento que tienen de su realidad y sus modalidades de acción sobre ésta.]

La problemática social se proyecta en el ámbito escolar, espacio en el que los maestros desarrollan la práctica docente, con un tiempo definido, con circunstancias diversas; pero con problemas similares como el caso del consumismo, fenómeno tan extendido y difundido en la sociedad actual y cuya existencia es una realidad inquietante y motivadora para la realización de este trabajo.

Para iniciar una investigación, lo primero que se requiere es la existencia de un problema al que hay que darle una solución, o la elección del tema al que se le busca un tratamiento determinado. Lo más importante en la labor investigativa, radica en que busca satisfacer la necesidad social que la promueve, que la motiva; surge de la realidad social, establece un contacto permanente y culmina con ella.

La investigación documental intenta analizar, sintetizar y exponer la información de interrelaciones y actitudes,

a la vez que proponer alguna alternativa de solución al problema existente y centro del tema elegido.

Aunque la sabiduría en la elección de líneas de investigación es determinante en la selección de problemas que además de fecundos sean de solución posible dentro del lapso de una vida humana; se determinó al consumismo como problema -- central, aunque se admite que la solución a esta problemática es muy difícil, porque las relaciones humanas en el mundo capitalista son relaciones de poder y de consumo.

La docencia y la investigación de hecho son un solo proceso, por lo tanto, existe una estrecha vinculación: investigación-docencia-contexto social total, es decir, estrecha interacción con los aspectos culturales, políticos, económicos, de salud, regionales, etc., de la comunidad escolar.

Todos los involucrados en esta tarea, tienen el compromiso esencial de transformar la práctica docente y de alguna manera la realidad social, superando el formulismo, propiciando el descubrimiento del conocimiento por el sujeto, unificando dialécticamente la teoría y la práctica, abordando - la realidad, no en porciones, sino como una totalidad, superando la dicotomía sujeto-objeto. El conocer debe evolucionar junto con lo conocido, es decir, la metodología de la investigación debe desarrollarse a la par con la teoría cientí

fica. Cualquier metodología tiene que ajustarse a las características del objeto de estudio; en este caso tal objeto es la transformación de actitudes y hábitos a través de la interacción, fenómeno que implica procesos humanos que tienen un significado social.

Este trabajo de investigación, se entiende como un proceso continuo y permanente que debe ser iniciado, promovido y desarrollado entre otros, por los propios profesores de educación básica, porque el problema de investigación surgió de la práctica docente, en los grupos escolares y en la comunidad escolar.

Tanto la docencia, como la investigación, se sitúan y desarrollan en un proceso histórico social que no se puede desconocer. Los propósitos fundamentales son el cambio y la transformación en la práctica docente y la realidad social. El planteamiento de este problema no puede ser de gran alcance, más bien las transformaciones a efectuar, deben tomar muy en cuenta los recursos disponibles para llevar a cabo los cambios.

A partir de la concepción que se tiene sobre la realidad docente y realidad social, se intenta analizar la importancia de discriminar y priorizar aspectos del problema a fin de precisar el problema esencial, el cual se considera

relevante y clave en esta investigación. El mejor modo de conocer cómo funciona una realidad, es intentar cambiarla.

Las técnicas y los instrumentos a utilizar en la investigación docente, deben adecuarse a los grupos, a la cultura y a las expresiones sociales, afirmando con esto que en el quehacer docente los instrumentos para recoger la información tienen que poder ser manejados por la gente común, precisamente porque es esta la forma más conveniente para lograr una mayor participación de los diferentes miembros de la comunidad.

La identificación de la problemática en la realidad, se llevó a cabo con la información obtenida sobre situaciones y hechos de la experiencia cotidiana. Las acciones que ayudaron fueron las siguientes: observación y registro de actividades académicas, el comportamiento habitual de los alumnos, profesores, directivos y padres de familia, escuchando y registrando opiniones, formulando, comprobando y desechando hipótesis.

La elección del tema dentro del proceso de investigación fue fundamental, en la que se trató de mantener una actitud crítica para encontrar fuentes adecuadas. Significó interés por conocer para comprender y transformar. Permitió un acercamiento por parte del mismo profesor a su realidad desde su punto de vista.

Es así como se propuso el problema estimándolo en todo su valor, se utilizó como principio la técnica más natural y conocida como es la observación, realizada espontánea y sistemáticamente en el entorno, simultáneamente se trabajó el diario de campo que implicó la recabación de evidencias y datos sobre situaciones y hechos de la experiencia docente. Su propósito fue recabar información que, previo análisis, permitió identificar algunos de los posibles factores causales de la problemática y el problema elegido.

La justificación del estudio, la definición del tema elegido, los antecedentes del tema, la forma en que se llevó a cabo el proceso, permitieron tener una visión amplia de la investigación. La recopilación del material, la selección de la bibliografía fueron sumamente importantes en el desarrollo del trabajo; porque permitieron una mejor organización. Fue necesario asistir a bibliotecas, librerías, y recurrir algunas veces a otras fuentes de información.

Las fichas de contenido, textuales y de resumen, se elaboraron haciendo un previo análisis de la información y una interpretación de las teorías consultadas, para tener el estudio teórico del tema. Posteriormente se clasificaron para estructurar el trabajo de investigación. La identificación -

de premisas y conceptos resultó una tarea importante. El om
ti dicha identificación hubiera significado caer en la fal-
sedad del escrito. La elaboración de la sábana de concentra-
dos de índices, facilitó la identificación de los temas de -
consulta y su coherencia con el tema elegido. Las fichas bi-
bliográficas permitieron la identificación de los datos esen
ciales de los libros consultados.

El planteamiento de la problemática se llevó a cabo ubi-
cando el marco teórico y la justificación, dado que, en el -
proceso de investigación documental, la determinación del --
problema es enlace entre la posición teórica y el problema --
concreto que se aborda. La elaboración del proyecto de inves-
tigación fue de suma importancia, ya que su diseño constitu-
ye en todo trabajo de investigación el paso previo y el cami-
no seguro que ha de seguir el investigador a modo de ensayo
para llegar con más firmeza a la realización de los objeti-
vos propuestos.

En todo este proceso, llegar a las conclusiones signifi-
có haber explorado, escudriñado, indagado y caminado, algunas
veces con tropiezos y dificultades, pero con el vivo deseo -
de conocer y transformar la realidad, tomando en cuenta no -
sólo el punto de vista cotidiano del investigador, sino tam-
bién la posición teórica de los estudiosos de la materia, lo
que condujo a la formación de nuevos puntos de vista que sir-

vieron de base para la búsqueda de alternativas.

CONCLUSIONES

- El consumismo como práctica tan difundida, se constituye en la actualidad como un problema para la sociedad y la escuela, es una verdadera amenaza para el hombre y la naturaleza.
- La burguesía en sus afanes de acrecentar su poder económico y político no frena sus ímpetus mercantilistas, ni tiene en cuenta el deterioro ecológico que acarrearán los desperdicios industriales y el exagerado consumo de productos tóxicos in necesarios que restan calidad a la vida.
- La escuela pocas veces estimula el aprendizaje reflexivo y transformador, más bien, fomenta y reproduce la ideología dominante que implica conformismo, enajenación y consumismo.
- El hombre de nuestro tiempo, sobre todo en las sociedades industriales occidentales, se considera impulsado al consumo de productos, personas, ideas y modos de vida por encima de su voluntad, mediante diversos medios de presión.
- La industrialización abusiva y sedienta de plusvalía, ha -- creado el consumismo para deshacerse de la sobreproducción de bienes innecesarios, recurriendo a los mecanismos más so fisticados para multiplicar cada vez más sus mercados.
- El consumismo, no atiende a las necesidades básicas del ser

humano, sino que se guía por las prácticas publicitarias - que inducen a comprar lo superfluo o también en muchos casos lo desechable, esta práctica social responde al fenómeno llamado alienación y enajenación que es la masificación humana.

- La incitación al consumo tiene como armas principales a la publicidad y a la conversión de las mercancías estables en perecederas.
- En el llamado Tercer Mundo, el consumo ha pasado de ser una necesidad a constituirse en tiranía.
- La sociedad de consumo es una creación y una manipulación a partir de la era industrial y de la acumulación de inventos y descubrimientos científico-técnicos con miras a la explotación y al mercantilismo.
- En la publicidad, el objeto de consumo está revestido de unas condiciones que rebasan sus propias cualidades, su propia realidad. Tal objeto es mitificado y convertido en ídolo.
- El mecanismo de la publicidad consiste en proporcionar al consumidor las imágenes o las palabras precisas para evocar en él sin proponérselo directamente, la sensación de -

tranquilidad y de confianza. Esta publicidad combativa de resistencias, es frecuente en los productos peligrosos o considerados como tales.

- El gigantesco desarrollo que la publicidad comercial ha llegado a adquirir, se explica por la naturaleza del sistema de producción capitalista; éste opera sujeto ineludiblemente a la ley del valor y de la plusvalía con la que acrecenta constantemente el capital acumulado y la capacidad de producción.
- Los medios de comunicación masiva tan difundidos y utilizados como esparcimiento, tienen como propósito fundamental la conquista del consenso social, la imposición de ideologías específicas y el proceso publicitario-mercantilista.
- Para que un hombre, un grupo, o una clase estén alienados, es preciso que ciertas fuerzas invisibles le precipiten a ese estado fuera de su naturaleza y de sus intereses, hacia objetivos que no son los suyos, pero que él cree que lo son.
- Tanto la propaganda como la publicidad tienen en común la misión de confundir, de guiar según intereses subjetivos, de imponer modos de pensar y de actuar.
- En la sociedad de consumo como la nuestra, una de las for-

mas de conservar o adquirir prestigio, es sin duda, la pose sión y empleo de bienes de consumo ostensible que estén de acuerdo por su costo y su presentación, con el estrato social al que se pertenece o al que se aspira.

- La vinculación existente entre la moda y las necesidades de la economía capitalista, es poderosamente robustecida por - la gigantesca importancia que en ésta ha conquistado la publicidad.
- Tanto la costumbre como la moda, son formas sociales de com portamiento, que conllevan un elemento de presión de grupo sobre el individuo.
- Los medios de comunicación masiva con funciones publicitarias y encaminados al consumismo, están llevando a muchos - países del mundo a situaciones críticas y deplorables.
- Producir es una bendición para una humanidad hambreada, necesitada de condiciones elementales, del mínimo de atención sanitaria y social. No obstante, si los modos de producción están en manos de un grupo, ¿qué sentido adquiere para la - mayoría producir?
- La producción masiva es un monstruo que se autoexcita y requiere producir cada día más para autoalimentarse y crecer,

pero con materia prima y mano de obra baratas.

- En las circunstancias actuales, mejorar la nutrición de la gente es llenarles el estómago con alimentos industrializados y sofisticados, sin tomar en cuenta las consecuencias físicas, psíquicas, económicas y ambientales.
- Para conservar la salud no se toman medidas preventivas -- que favorezcan el desarrollo integral del ser humano, que le permitan vivir armónicamente con la naturaleza. De lo que se trata es de consumir todo lo que la tecnocracia produce en derrama.
- El dudoso contenido moral y estético de los "comics", el cine, la radio, la T.V., la exaltación de temas eróticos y de violencia, así como la acentuada preferencia por la música de pésima calidad, son las características y el reflejo de una sociedad que se sustenta en la explotación de una parte de sus miembros, en la desigualdad, en el ejercicio de la fuerza, tanto en el interior de la misma como en sus relaciones exteriores.
- Las masas son el motor fundamental del desarrollo histórico, ellas han sido siempre las productoras de los bienes materiales. En la sociedad de consumo, son ahora las productoras-consumidoras.

- El industrialismo moderno ha tenido éxito en la producción del hombre-masa: el autómatas, el enajenado.
- La psicología, desde principios de siglo, está dividida en dos ramas: la de los técnicos que ejercen su función de saber, y la de los tecnócratas, una función de poder.
- Los críticos de la tecnocracia, la señalan como una figura social derivada del conflicto de clases, que hace uso del poder a través de los mecanismos de la sociedad de consumo, y es un intento más de las clases dirigentes para eliminar el conflicto social, los partidos políticos, los regímenes mayoritarios, etc.
- Las críticas al consumismo se relacionan con las de los ecólogos, para quienes la multiplicación industrial y sus derivaciones falsean las relaciones del hombre con la naturaleza en detrimento inmediato de ésta, y por consiguiente, del propio hombre, que es su tributario.
- Los principales problemas sociales y educativos están estrechamente relacionados con el desarrollo de la ciencia y de la técnica, con el aumento, frecuencia y modo de las relaciones humanas, con la existencia de ideologías colectivistas, con las reivindicaciones de los pueblos subdesarro^llados y de las clases más explotadas dentro de los países

capitalistas.

- Los datos existentes demuestran que el crecimiento occidental se hace en detrimento de los países subdesarrollados, y que aumenta continuamente la distancia entre naciones ricas y naciones pobres.
- En la sociedad actual, que es la sociedad de consumo, el hombre masificado asume posturas crecientemente dependientes y conformistas frente a la vida. Excluido de la órbita de las decisiones, que se limita cada vez más a pequeñas minorías, es guiado por los medios de publicidad.
- Para la clase dominante, la educación funciona como un efectivo instrumento reproductor de la ideología, el control social y la propensión a la compra y el consumo.
- Los procesos educativos tal como se observan en la sociedad actual capitalista, lejos de construir hechos universales son una creación histórica de la burguesía en el poder, cuyos fines se identifican con los de la producción-consumo.
- La educación como proceso social, implica un permanente y cotidiano intercambio de informaciones, conocimientos y experiencias entre emisores y perceptores, o entre educadores y educandos.

- La formación social actual está dada de acuerdo a los intereses del capitalismo dominante, el que a través de diferentes modalidades educativas, reproduce y consolida normas, valores, actitudes y prácticas consumistas.
- Algunos educadores ignoran que la cultura depende de la estructura social que la produce, y creen que proporcionan una educación "neutra", sin darse cuenta de que la simple transmisión de contenidos lo es igualmente de ideología.
- Entre la comunicación y la educación se encuentra la ideología. Por eso, muchas declaraciones en materia de educación tienen un matiz político, de queja respecto a que en la mayor parte de las zonas de la Tierra se haya buscado, a través de una determinada educación, la explotación, la propensión al consumo y no al desarrollo del hombre.
- En nuestra sociedad, la práctica educativa pocas veces fomenta el aprendizaje reflexivo y transformador, mas bien - tiende a preservar automatismos, como la obediencia, el servilismo, la compra y el consumismo.
- Algunos contenidos de la educación actualmente están referidos a un pseudoconcreto, a una falsa realidad derivada de situaciones ficticiamente creadas.

- La pedagogía tiene que actuar enérgicamente, de no hacerlo seguirá formando hombres de la mayoría para servir a los - intereses y necesidades del hombre de la minoría, educando para una sociedad de productores-consumidores.

- Es innegable que el maestro puede ayudar a transformar la condición humana de sus alumnos, de la sociedad que éstos integrarán pero no por medio de lo que se enseña mecánica-- mente, sino según sea la medida de su identificación y realización de lo humano a través de lo enseñado.

- El maestro, no tiene conciencia de que su labor es determinante para el cambio y la transformación de las estructuras socio-económicas, políticas y culturales.

- Tal parece que la ideología dominante prepara a los docentes desde su formación social, académica y profesional para mandarlos a las aulas y convertirlos así en instrumentos activos y multiplicadores de la alienación, el control social y el consumismo.

- Los docentes en su estratégica posición social y educativa, pueden proveer al educando de los instrumentos necesarios para resistir y modificar la civilización industrial y consumista.

- El consumismo es el invento más formidable del capitalismo y la industrialización, sin él no sería posible dar salida a la sobreproducción y acumulación de mercancías excedentes que no están en razón directa de las verdaderas necesidades humanas.
- La publicidad es el motor de consumo y elemento imprescindible del proceso consumista en que los consumidores son inducidos hacia la abundancia y la diversidad de productos, a las compras superfluas, a la acumulación de desperdicios, a la contaminación y al desequilibrio biológico y ecológico.
- En las sociedades capitalistas, los medios de comunicación masiva tienden más a realizar actividades publicitarias y mercantilistas, que a colaborar con la educación y la cultura.
- La escuela, lejos de contrarrestar y modificar la práctica consumista, la fomenta cotidianamente, ya con sus contenidos, ya con las actitudes de consenso de parte de los docentes que involucrados en los problemas sociales y educativos, forman y enseñan con hábitos y actitudes consumistas.
- La sociedad de consumo en la que vivimos, en el sentido de la dilapidación, el gasto inútil de los recursos naturales, la baja calidad de la vida, la multiplicación industrial y

el deterioro ecológico, ha entrado en un proceso crítico - que habrá de desembocar en su reconversión en una sociedad racional en la que la distribución de los productos deberá hacerse en función de las necesidades justas del hombre.

- Para el cambio de actitudes y la transformación, es indispensable la participación activa de la escuela como institución encaminada a la orientación y formación social.
- No se trata de condenar la industrialización en sí misma, de lo que se trata es de condenar la industrialización abusiva, porque de seguir con el presente ritmo evolutivo de la producción industrial y el mercantilismo, nos encaminamos a una situación catastrófica para todos.
- Es necesario saber elegir aquellas cosas que son realmente fundamentales para nuestra existencia, y procurar racionalizar inteligentemente su consumo.
- Las autoridades educativas, responsables de la correcta -- organización, funcionamiento y administración de los planteles, son las que primeramente tienen que intervenir para estimular a los docentes en la participación y superación de este inquietante fenómeno consumista.
- Los directivos de la docencia, tienen la fuerza estratégi-

ca y suficiente para discutir ampliamente la importancia - del problema que implica la práctica consumista, en que se requieren acciones efectivas e inmediatas.

- Las acciones educativas y el quehacer docente se desarrollan no sólo dentro del marco de las relaciones educador-educando; tienen que tomar en cuenta a la comunidad escolar y a la sociedad en general.
- La presencia y cooperación de los padres de familia es de suma importancia para la realización de planes y programas, es necesaria una constante comunicación con ellos para reforzar los intentos y las alternativas anticonsumistas.
- Los maestros pueden lograr la transformación y el cambio - de actitudes:
- Revisando críticamente los contenidos de planes y programas educativos.
- Ubicándose en su verdadero papel de guías y conductores de la educación.
- Educando con actitudes ejemplares, y demostrando en los hechos el desacuerdo con la manipulación, la enajenación y - el consumismo.

- Reconociéndose como los agentes del cambio social, y no como simples reproductores de la ideología dominante.
- Amando verdaderamente su profesión. la cual implica un verdadero compromiso social.
- Queriendo entrañablemente a los niños, que indefensos ante los embates y abusos del mundo capitalista, necesitan de la orientación y enseñanza de sus maestros.
- Tomando en cuenta dentro de sus actividades docentes a los padres de familia y comunidad escolar.
- Señalando cotidianamente los perjuicios que resultan de la actividad consumista que se realiza en la sociedad y en la escuela.
- Actuando con una verdadera conciencia de clase.
- ¿Será utópico pensar que la escuela logre desarrollar en los individuos el juicio crítico, la libertad de elección, el amor a la naturaleza y seres que la conforman?
- Si la escuela se lo propone: los hombres estarán preparados para hacer frente al acoso y a las presiones del sistema capitalista. Se empezará a construir una sociedad verdadera

deramente humana; una sociedad donde los principales objetivos del ser humano ya no sean esencialmente vender, comprar y dominar, sino compartir y vivir armónicamente con la naturaleza y el hombre mismo.

- Los maestros tienen la palabra, y las acciones... Todos.

BIBLIOGRAFIA

CENICEROS, José Angel. Educación y Mexicanidad. Ed. Populi--
bros La Prensa, México, 1958, pp. 222.

FAURE, Edgar. La Sociedad Tecnológica de Consumo. Colección:
Crónica de un Siglo, Ed. Guadiana de Publicaciones, España,
1970, pp. 91.

FREIRE, Paulo. La Educación Como Práctica de la Libertad. Ed.
Siglo XXI, 14 ed., México, 1970, pp. 414.

FROMM, Erich La Condición Humana Actual. Ed. Paidos Studio,
México, 2a. ed., 1986, pp. 122.

GARZA, Livas Rafael. Psicología Social. S.E.P. Inst. Fed. Ca
pac. del Mag., México, 1970, pp. 414.

HARO Tecglen Eduardo. La Sociedad de Consumo. Ed. Salvat, -
Barcelona España, 1973, 142 pp.

MERANI, L. Alberto. Educación y Relaciones de Poder. Colec-
ción Pedagógica, Ed. Grijalvo, México, 1980, pp. 92.

MERANI, L. Alberto. Psicología y Alienación. Ed. Grijalvo, -
México, 1973, pp. 148.

PONCE, Aníbal. Educación y Lucha de Clases. Ed. Editores Mexicanos Unidos, S.A., 2a. ed., México, pp. 245.

RODRIGUEZ, Palacios Mario Alfonso. et al. México en la Historia I. Ed. Trillas, 3a. ed., 1986, pp. 200.

RUCH, L. Floyd y Zimbardo G. Philip. Psicología y Vida. Ed. Trillas, 6a. ed., México, 1982, pp. 269.

SANCHEZ, Ramírez Emma. Psicología Social. S.E.P. Inst. Fed. Capacit. Magist., México, 1969, pp. 198.

SEGOVIA, Rafael. La Politización del Niño Mexicano. Ed. El Colegio de México, 2a. ed., México, 1977, pp. 164.

UNIVERSIDAD Pedagógica Nal. Pedagogía: Bases Psicológicas. S.E.P., U.P.N., México, 1982, pp. 419.

UNIVERSIDAD, Pedagógica Nal. Redacción e Investigación Documental. (Manual). S.E.P., U.P.N., 2a. ed., México, pp. 233.

GLOSARIO

ANTAGONICO: Que se opone a una persona, grupo, idea o movimiento, donde existen en lucha intereses contrarios.

BEHAVIOURISM: Conductismo.

BURGUESIA: Clase social integrada por aquellos elementos que son propietarios o accionistas de las instituciones que controlan la producción.

CONFORMISMO: Ajustarse, acomodarse a la voluntad de otro.

CULTURA: Conjunto de valores materiales y espirituales creados por la humanidad en el curso de su historia.

ELITE: Grupo social con poder político o intelectual que trata de imponer sus criterios al resto de la sociedad.

ESTADO: Estructura política, económica y administrativa construida por la clase predominante para preservar su poder en la sociedad y frente a otras clases.

HUMANISMO: Tendencia que se manifiesta entre artistas intelectuales y la población ilustrada de los siglos XIV, XV y XVI: consistió en considerar al hombre como centro de toda actividad.

INSTRUMENTALISMO: Forma particular del pragmatismo de Dewey (v.) según la cual el pensamiento en general y las teorías - en particular son únicamente un instrumentos para la acción, y por lo mismo solamente en la acción encuentran su valor de verdad.

MASS-MEDIA: Conjunto de los medios de comunicación, que permiten transmitir la información a medios sociales muy diversos.

MEDIOS DE PRODUCCION: Constituyen la riqueza material de la sociedad, la fuerza de trabajo, los objetos de trabajo o los instrumentos de trabajo.

MERCANTILISMO: Espíritu comerciante, codiciosos. Doctrina - económica, según la cual la riqueza de los Estados se basaba en la posesión de metales preciosos.

NIHILISMO: Actitud de negación absoluta de los principios - sociales y morales corrientes.

STATUS O STANDING: Tren de vida. Confort, lujo.

SLOGAN: Fórmula publicitaria o de propaganda política concisa y elocuente.

SOMETIMIENTO INTELECTUAL: Es una finalidad más o menos encubierta por todos los núcleos del poder que han existido en el mundo. Consiste en inculcar a los sectores más escolarizados de los países sometidos, a través del proceso educativo, un respeto semi-religioso hacia la cultura y los adelantos científicos y tecnológicos de la nación dominante; de tal manera que se hace aparecer a las culturas autóctonas como despreciables.