

orem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit, sed
nonummi nisl
tincidunt ut ut
dolorre magna aliqua
erat volutpat. Ut wisi
enim ad nihil venian
quis nostrud exerci

MUNDO
LABORAL,
SINDICALISMO Y
EDUCACIÓN EN LOS
UMBRALES DEL
NUEVO SIGLO

EDUCACIÓN EN
EL NUEVO CONTEXTO
INTERNACIONAL

MEMORIA
TOMO III

onts available anywhere—
40 fully-licensed, high-
rraries like Adobe, Agfa
; Bitstream, E+F, The
au, ITC, Monotype,
ter, Scangraphic and
es—just to name a few.
er, these libraries are
beginning. Once you pass

on the brand n
Haus OpenHaus™. C

getting to
each other
we'll be
ITC Home
Just dial "2
anywhere

ITC fonts. Also, ITC fonts.



Primera edición, 1994

Diseño gráfico: Cuauhtémoc Rodríguez

Tipografía y formación: Juanita Álvarez Miranda

Derechos reservados conforme a la ley

© Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación

Venezuela 44, México, DF

ISBN Obra completa 970-08-0059-8

ISBN Tomo III 970-08-0062-8

Impreso en México

INDICE

Introducción <i>Elba Esther Gordillo</i>	V
---	---

I NEOLIBERALISMO Y POLITICAS EDUCATIVAS

Reformas educativas frente a la liberalización económica <i>Charles Posner</i>	3
Economía de mercado y educación reflexiones ante los nuevos retos <i>Marc Rimez</i>	21
Redefinición de la política educativa frente al nuevo mercado de trabajo <i>Jean-Claude Passeron</i>	35
Privatización de la educación <i>Julio Roca</i>	37
Descentralización educativa y política neoliberal en Bolivia <i>Mario Quintanilla</i>	43
Capacitación vocacional: defensa y promoción del trabajo en su contexto industrial <i>Guido Viale</i>	57

II PROCESO: TECNOLOGÍA-EDUCACIÓN

Revolución tecnológica y educación <i>Alcira Argomedo</i>	73
La radio y la televisión como educadores en la actualidad <i>Javier Esteinou</i>	81
Niños japoneses en el mundo del Nintendo <i>Takahiro Kato</i>	89

III NUEVOS CONTENIDOS EDUCATIVOS

- Educación bilingüe e intercultural contra la xenofobia
y la intolerancia 97
Jean-Bernard Gicquel
- Educación en derechos humanos: reto pendiente
del sindicalismo 105
Gloria Ramírez

Este libro comenzó de imprimirse en agosto
de 1994 en la Editorial del Ministerio de
Educación, Ciencia y Tecnología de
Buenos Aires.

La radio y la televisión como organismos educadores en la actualidad

Javier Esteinou

El papel que la radio y la televisión como organismos educadores y creadores de una nueva moral están ejerciendo en nuestro país en vísperas de la consolidación del Tratado de Libre Comercio y de la incorporación crecientemente acelerada de nuestro país a los procesos de la globalización mundial, está directamente relacionado con el nuevo modelo de crecimiento modernizador que ha elegido seguir la sociedad mexicana desde los años ochenta para salir de la crisis estructural en la que estuvimos envueltos durante varias décadas, y que ocasionó que nuestro país se incorporara a un nuevo panorama histórico de inevitable globalización de nuestra economía nacional y del establecimiento creciente de los principios del mercado en todos los órdenes de nuestra sociedad para dirigir los procesos sociales, especialmente con la formación del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá.

Es por ello que ante la presencia de este nuevo horizonte de desarrollo histórico, creemos que es central preguntarnos si con el proceso de industrialización que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructural cultural de la sociedad mexicana fue rápidamente transformada por los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión, para crear una mentalidad consumista, desparticipativa y una erosión de nuestra identidad nacional.

Ahora, ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar en la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional, sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación especialmente televisivos? ¿Qué acontecerá con nuestras estructuras de pensamiento y sentimiento, cuando el país vive una etapa de pérdida de memoria histórica y también, podríamos decirlo, de inmadurez cerebral?

Y ahora que con el Tratado de Libre Comercio se incrementará la saturación ideológica de nuestra base cultural, por medio de la acción de las redes de información y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que actuarán sobre nuestra sociedad, ¿qué va a ganar y qué va a perder culturalmente México con la firma del Tratado?; ¿qué tanto esta nueva estructura cultural e informativa que está creando la modernidad, sirve para que nuestra sociedad verdaderamente se desarrolle y crezca material y espiritualmente?, ¿qué aspectos de la cultura nacional deberían de haber sido negociados y cuáles no ante este acuerdo trilateral?

De aquí, la urgente necesidad de reflexionar sobre el papel que ejerce nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, para desempeñar una función en pro del desarrollo nacional y humano del país, pues el propósito de la globalización mundial nos lleva, cada vez más, a la creación de un nuevo orden cultural que está modificando los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales estados nacionales. De lo contrario, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por algunos de los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos, parasitarios, que está produciendo esta nueva fase de desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Es por ello que hoy día, consideramos prioritario descubrir cuáles son las principales posiciones políticas que existen en nuestro país frente a estos cambios y cuáles son las grandes tendencias de transformación que están experimentando los medios de comunicación y la estructura de valores nacionales, ante el establecimiento de este fenómeno trilateral de globalización cultural, con la aplicación de los principios del mercado en el ámbito mental.

Frente a ello, podemos decir que, debido a la forma confidencial y altamente selectiva en la que han sido conducidas las negociaciones del Tratado, hasta el momento, a nivel público, todavía existen muchas lagunas y confusiones informativas sobre la manera en que las bases culturales, educativas y comunicativas de nuestra sociedad van a ser afectadas por la presencia de dicho acuerdo trilateral.

Esto debido a que, por ejemplo, en algunos casos, se ha dicho que las industrias culturales y todos sus complejos aledaños sí serían incluidas dentro de las negociaciones y en otros momentos, se ha afirmado rotundamente que ya no serían contemplados.

Frente a este horizonte, podemos decir que serán dos niveles básicos los que, ante esta realidad comunicativo —cultural, serán afectados por la presencia del acuerdo trilateral en nuestro país. Por una parte, serán transformadas directamente todas aquellas áreas comunicativo—culturales, como son las industrias de televisión, radio, cine, editorial y el patrimonio artístico y arqueológico, que ya han quedado puntualmente incluidas y delimitadas en el texto definitivo del acuerdo trinacional de libre comercio para la América del Norte.

Sin entrar en estos aspectos —porque esto es algo que tendría que revisarse en el texto ya publicado—, podríamos decir que existe un importante retroceso frente a lo que sería la defensa de identidad, la soberanía y el crecimiento cultural y espiritual de nuestro país.

Sin embargo, por otra parte, la zona más importante que quizá sea afectada, es la que no está directamente incluida en el Tratado, y es aquella cuyo diseño y dirección queda en manos de las fuerzas del mercado y ya no del Estado o de otros grupos civiles organizados. Es decir, el hecho de que hasta el momento no sean incluidas con toda amplitud la cultura, las comunicaciones y la educación en el Tratado de Libre Comercio, no significa en lo más mínimo que estas realidades queden fuera del impacto de dicho acuerdo, sino que también serán afectadas por los procesos globalizadores que produce este proyecto, con el fin de crear las condiciones para que pueda operar.

En este sentido, podemos decir que al no ser claramente consideradas la cultura, la educación y la comunicación dentro de esta acción trinacional, no representa que queden exentas de sufrir las consecuencias de la aplicación de tal fenómeno pragmático, sino que simplemente éste se realizará por debajo del agua y frente a nuestra nariz, como hasta ahora ha sucedido con la difusión de la red norteamericana de televisión. La transculturización cotidiana, la circulación de ideologías pro yanquis, el debilitamiento de la identidad nacional, la circulación de los valores transnacionales, la creación de una psicología altamente consumista, etcétera, de las empresas monopólicas que actualmente actúan en nuestro país.

De aquí, la importancia crucial que tiene el estudiar las características y el impacto de la aplicación de los principios del mercado sobre nuestra estructura de educación, cultura y comunicaciones nacionales en la etapa de la globalización, pues va a ser —desde esta dinámica del

mercado— desde donde se va a realizar con mayor fuerza, la gran transformación de nuestra cerebralidad colectiva de nación, para finalizar el siglo XX e iniciar el siglo XXI.

Ante ello, podemos decir que la presencia de las directrices del mercado sobre la cultural, en términos sintéticos, significa que hoy entramos en la etapa del desarrollo nacional y mundial en la que se formula que, ante la nueva globalidad internacional, para ser eficientes, especialmente en el terreno comunicacional, hay que aceptar la propuesta de asimilar indiscriminadamente los principios del dejar hacer, dejar pasar en el terreno comunicativo o cultura; o lo que es lo mismo, asimilar la mentalidad de lo que no deja dinero, a nivel cultural, no sirve, o el que no sea autosuficiente en el ámbito cultural no debe sobrevivir.

Bases que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real plantean el peligro de que en vez de fortalecer nuestro espíritu nacional frente a este periodo de apertura cultural, éste flexibilice y, en ocasiones, hasta erosione más sus valores para incorporarnos más eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

En este sentido, observamos que ante el florecimiento en nuestro país de las tesis modernizadoras, que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público, y hoy se formula cada vez más, con mayor convencimiento, que la rectoría cultural y educativa de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado, sino que debe ser dirigida por el equilibrio natural y perfecto que produce el juego de las libres reglas del mercado, entre productores y consumidores.

De este modo, para adecuar el espacio educativo de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad cultural que, débilmente, la comprendía antaño como un producto social, y se pasa ahora, con mayor velocidad, a entenderla como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

De esta manera, al ser prioritariamente regida la cultura y la educación por la dinámica del mercado, el proyecto de conciencia que se

observa que se empieza a producir crecientemente en el país, a través de los medios de comunicación y de otras infraestructuras culturales, es mayoritariamente una propuesta de carácter lucrativa, pragmática, eficientista y no humanista y renovadora del ser humano.

Con la introducción extensiva de estos principios, oficialmente se plantea que dichas actividades culturales y educativas se volverán más productivas, que se van a romper los monopolios tradicionales en este rubro, al promoverse la libre competencia cultural; que se aumentará la calidad de los productos elaborados; que se abrirán nuevos espacios de participación social dentro de ellos; que se elevará la eficacia de las dinámicas educativas, etcétera. En una idea, que se enriquecerán fundamentalmente estas tareas al vincularse con los procesos de la modernidad.

Sin embargo, no obstante estas posibles ventajas que pretende alcanzar la aplicación acelerada de los principios de mercado sobre otras lógicas sociales, en el terreno cultural y educativo, observamos que dichas acciones no serán fuerzas o dinámicas suficientes para resolver las tremendas contradicciones materiales que existen en nuestra sociedad. Es más, es muy posible que debido a la naturaleza, eminentemente mercantil, de esta racionalidad económica aplicada al campo cultural y espiritual de nuestra sociedad, en el fondo se acrecienten nuestros conflictos de cultural nacional.

Esto, debido a que se vislumbra la seria posibilidad de que este fenómeno pueda llegar a ser la aplicación de una falsa ley entre libre oferta y demanda, entre fabricantes y compradores, por las siguientes razones.

En primer lugar, porque hoy día la relación entre productores y consumidores se encuentra profundamente alterada por la deformación del consumo que actualmente realiza la actividad publicitaria de los grandes monopolios económicos; es decir, en la sociedad mexicana de la década de los noventas, en muchos casos, ya no existe una demanda natural del consumidor, sino crecientemente asistimos a una decisión o gusto inducido por la enorme saturación publicitaria, que cotidianamente producen los medios de comunicación de masas, sobre los diversos campos de conciencia de la población.

En segundo lugar, porque aunque en la exposición teórica de las tesis clásicas de la libre competencia, se formula que ésta se da cada vez más con libertad, en la práctica real del liberalismo más avanzado que hoy

experimentamos en nuestro país, se confirma que ésta no existe con tal apertura, pues cada vez más se observa un proteccionismo acentuado de las naciones más desarrolladas, en favor de sus áreas económicas más frágiles. Pensemos simplemente en las discusiones que están sucediendo en estos momentos alrededor del GATT.

En este sentido, observamos que con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le ha concedido al mercado para ser el eje fundamental que dirija y modele los procesos sociales en nuestro país, éste —el mercado— se ha convertido en el condicionante central del cual se deriva el origen, el sentido y el destino de la producción cultural en nuestro territorio.

Desde una perspectiva humana, está significando que será cada vez más el mercado, la autoridad que determine el valor de las personas y de la vida, y no las fuerzas y los procesos sociales en los cuales estamos inscritos.

En el área de la formación de conocimientos, la aplicación de la ley del mercado al campo educativo, observamos que está cancelando en México a las carreras de filosofía, antropología, sociología, ciencia política, historia y otras disciplinas humanistas, por asegurar que estas no son rentables o necesarias para los criterios de la modernidad, por no ser productivas, y se potencia privilegiadamente a todas aquellas ramas técnicas que sí fomentan el negocio.

Ante esta realidad tenemos que preguntamos, qué sucederá con una sociedad que progresivamente cancela la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedad.

En el terreno ecológico constatamos que por no ser conveniente para sus intereses —por ejemplo— los Estados Unidos de América -intereses económicos obviamente-, no obstante que sabemos que es el país que consume el 25 por ciento de la energía total del mundo, y poniendo en gravísimo peligro la conservación de la vida en el planeta se sabe que existe un ritmo de destrucción de 100 a 300 especies de vida diarias que —exterminan actualmente—, fue el único país de la comunidad internacional que se negó rotundamente a firmar el Acuerdo de la Biodiversidad en la reunión de la Cumbre de la Tierra, conferencia mundial para la defensa del medio ambiente y el desarrollo, celebrada en Río de Janeiro el año pasado.

En términos educativos, todo esto representa que serán cada vez más las bases de la mercadotecnia las que gobernarán la orientación y la

acción de las instituciones culturales y comunicativas de nuestra nación, y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestra comunidad.

Finalmente y en tercer lugar, saliéndonos del contexto terráqueo y ubicándonos en el plano cósmico, encontramos que tampoco es la aplicación de una verdadera ley del mercado. Ello debido a que siguiendo con rigor los principios de la dinámica de la oferta y la demanda, constatamos que lo que más se valora en la economía contemporánea para darle un mayor precio, es aquello que escasea; por ello el oro, el platino, los diamantes, etcétera, son bienes altísimamente cotizados en nuestra sociedad pues son muy raros o escasos.

En este sentido aplicando con severidad las leyes del mercado a nivel cósmico, observamos que todos los progresos de la ciencia revelan que hasta donde ha avanzado el conocimiento humano de más de 20 mil años de vida, hoy día el único lugar donde se sabe de manera palpable que exista vida humana es en el planeta tierra.

Esto significa que siendo estrictos desde el punto de vista económico o del mercado cósmico, el elemento más valioso es el universo tendría que ser la vida, porque en ninguna otra costelación especial existe.

Sin embargo, lo que hoy enfrentamos cotidianamente es que los principios de la oferta y la demanda valoran todos los recursos materiales que son raros, escasos o limitados, pero lo que menos valoran es la vida por sí misma.

Ante todo este panorama surgiría la pregunta ¿qué tendríamos que hacer? y frente a ello, podríamos decir que ante el nivel límite de evolución en que nos encontramos como civilización, muchas son las acciones que podrían realizarse, especialmente desde la sociedad civil para corregir esta tendencia de crecimiento cultural y comunicativo que lleva nuestra sociedad.

Este libro terminó de imprimirse en agosto
de 1994 en la Editorial del Magisterio
Benito Juárez, Héroe de Nacozari 23,
México, D.F.

Se tiraron 2000 ejemplares y cuidaron de
la edición: Mónica Fuentes, Sonia Gálvez,
Julieta Pérez y Marlenin Torres del
Programa Editorial.