

revista

COMUNICAR

educación y cultura



¿Qué es una educación humanista?
Pablo Latapí

El humanismo de la ética en la ciencia
José Sarukhán

¿Comunicación avanzada
o retroceso humano?
Javier Esteinou

¿Hacia el fin de las utopías?
David Martín del Campo

Francisco Goitia,
la mística humilde de lo creativo
Josu Iturbe

PRECIO \$15,500.00 M.N. PECE \$15,000.00 M.N. REVISTA TRIMESTRAL ISSN-0188-4808



7 509997 014517

Consejo Nacional de Fomento Educativo
Número 6

abril - junio 1992

DIRECTORIO

Presidente

Gerónimo Martínez García

Consejo de asesores:

Gilberto Guevara, Carlos D. García, Marta Turok,
David Martín del Campo, Javier Esteinou,
Santiago Genovés, Adalberto García Rocha,
Alejandro Aura, Mariano García Viveros.

Editora

Cecilia Córdova Casillas

Asesora editorial

Margarita O'Farrill Domínguez

Coordinación editorial

Victoria Díaz Uribe
Guillermo Rodríguez Sánchez

Producción

Roberto Sayavedra Guillén

Formación

Informática Arbos, S.C.

Publicidad

Ileana García-Reyes B.

Colaboradores:

Pablo Latapí, José Sarukhán, Lizbeth Sagols,
Josu Iturbe, José A. Ramírez, Pablo S. Martínez.

Fotografía

Braulio Tenorio
David Gutiérrez
Archivo Conafe

Distribución y ventas

Intermex, S.A., y Coordinación de Promoción
Editorial del Conafe.
Leibniz 166 Col. Nueva Anzures
México, D.F., C.P. 11590
Tel. 203-2399

Revista Conafe es una publicación trimestral del Consejo Nacional de Fomento Educativo, editada por la Subdirección de Comunicación Social (Euclides 19, Col. Casa Blanca, México, D.F., C.P. 11590, Tel. 250-8047, Fax 531-9265 y 250-0474). Certificado de licitud de título número 5220 y Certificado de licitud de contenido número 4418, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. Esta publicación se imprimió en Alpheratz, S.A. de C.V.

Revista Conafe es nombre registrado ante la Dirección General de Derechos de Autor con el número de reserva 1005-90. Registro como publicación periódica número ISSN-0188-4808.

Las opiniones expresadas en los artículos firmados son responsabilidad de los autores. Se autoriza la reproducción de los artículos, parcial o totalmente, siempre y cuando se cite la fuente. Favor de enviar copia.



DESARROLLO EDUCATIVO

¿Qué es una educación humanista?

Pablo Latapí

Desde la perspectiva de Pablo Latapí, el educador y el método de enseñanza son fundamentales para que exista una educación humanista; según el investigador son cuatro los elementos esenciales que definen esta disciplina: la formación de valores, la teoría del aprendizaje, la formación de los sentimientos y afectos, y la formación de la conciencia histórica.

4

El pensamiento crítico, un nuevo paradigma educativo

José A. Ramírez

Actualmente los sistemas educativos toman un nuevo rumbo hacia la pedagogía crítica, ya que "después de todo, el enseñar a pensar como una meta del sistema educativo, es perfectamente congruente con el reclamo de que lo que distingue al ser humano de los demás seres vivientes es su racionalidad".

10

Humanismo, ciencia y modernización educativa

Gerónimo Martínez García

Los constantes cambios que vive el mundo actual, los graves rezagos sociales y las enormes disparidades tecnológicas son factores que conllevan a una disyuntiva entre humanismo y ciencia aplicada a la educación.

18



DISCUSIÓN Y ANÁLISIS

El humanismo de la ética en la ciencia

José Sarukhán Kermez

El desarrollo de la ciencia en los últimos cuatro siglos y los efectos que ha tenido sobre el pensamiento y la vida del hombre, son los procesos irreversibles en la historia cultural de la humanidad que han marcado un cambio cualitativo fundamental para su desarrollo.

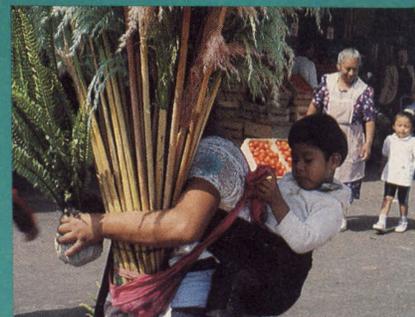
22

El humanismo hoy

Lizbeth Sagols Sales

El imperio de la tecnología ha traído consigo la deshumanización del individuo; se vislumbra una existencia en la que imitaremos cada vez más a las máquinas. Sin embargo, no todo está perdido, aún se lucha por hacer de éste un mundo mejor.

28



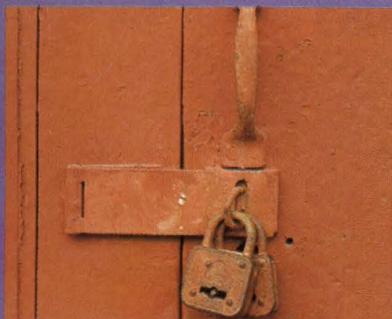
NUEVAS TECNOLOGÍAS

¿Comunicación avanzada o retroceso humano?

Javier Esteinou

Javier Esteinou señala que es importante reflexionar sobre el futuro económico de nuestro país en esta fase de apertura comercial, pero tan importante o más es meditar sobre el tipo de ser humano que está reproduciendo el "moderno" modelo de desarrollo.

34



VISIÓN CONTEMPORÁNEA

¿Hacia el fin de las utopías?

David Martín del Campo

Las transformaciones sociales, económicas y culturales que ha sufrido el mundo a lo largo del milenio que está por terminar han repercutido en el desarrollo del hombre. David Martín del Campo por medio de algunos ejemplos nos hace reflexionar acerca de la caída de los grandes ideales, de las creencias y tradiciones que seguramente se verán desde otra perspectiva en el próximo siglo XXI.

40

Santiago Genovés
El hombre: mar y utopía

Guillermo Rodríguez

La violencia y el comportamiento agresivo que el ser humano ejerce en sí mismo y en la naturaleza han sido un tema de constante preocupación para el antropólogo y humanista Santiago Genovés; por lo que en una entrevista concedida a la *Revista Conafe* nos habla de sus experiencias e investigaciones al respecto.

44

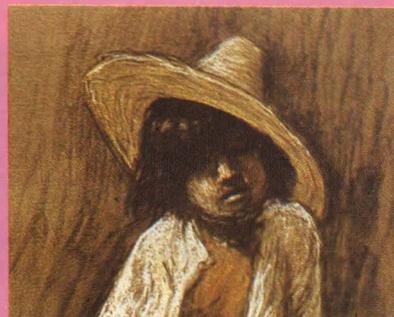


EL QUEHACER DEL CONAFE

Educación e integración comunitaria

La voluntad y participación de miles de jóvenes egresados de secundaria o bachillerato, permiten que el Conafe lleve educación preescolar y primaria a igual cantidad de comunidades rurales aisladas de todo el país.

48



CULTURA

GALERÍA CONAFE

Ilustraciones de: Felicity Rainnie, Jeannie Robledo y Fariny Rabel.

54

NOVI LIBRI

La *Revista Conafe* recomienda la lectura de algunas publicaciones de interés para "chicos y grandes".

60

PERSONAJES

Francisco Goitia, la mística humilde de lo creativo

Josu Iturbe

A más de 30 años de su muerte, Francisco Goitia sigue vivo en su obra, nunca le interesaron los reconocimientos públicos, su vida fue similar a la de un monje franciscano. Sin embargo, ese personaje que para muchos pasó inadvertido, dejó una huella incomparable en la plástica mexicana de la primera mitad del siglo.

64

La poesía: un humanismo recalcitrante

Pablo S. Martínez

El tiempo, la palabra y la poesía son elementos que se mezclan y dan sentido a la vida. El ser humano está determinado por su ciclo vital, sin embargo, a través de la palabra (hablada o escrita) ha trascendido en el devenir histórico y ha hecho de la poesía un instrumento para la recuperación de la dimensión humana.

70

¿Comunicación avanzada o retroceso humano?



Javier Esteinou Madrid

La construcción del nuevo proyecto de desarrollo neoliberal que se está gestando en la sociedad mexicana no sólo ha demandado modificaciones profundas en los campos económico y político de nuestro país sino también en el cultural y en el de la comunicación. Por ello, dentro del modelo de desarrollo moderno que México ha adoptado al incorporarse al Tratado de Libre Comercio, debemos tener presente que para que éste se consolide no sólo tiene que propiciar, en el terreno infraestructural, la transformación de los procesos productivos y de otras realidades, sino que también exige, en el ámbito supraestructural, la adecuación profunda de los medios simbólicos de información y del proceso global de comunicación a las nuevas condiciones económicas que han surgido.

Al vincular este horizonte a los medios, apreciamos que en los hechos (no en los discursos), éstos se encuentran todavía muy desfasados en relación

* Investigador del Centro de Servicio y Promoción Social de la Universidad Iberoamericana y del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.

con el proyecto modernizador; así, dicha modernización se ha dado ampliamente en el campo económico normativo, un poco en el político-cultural, y casi nada en el de la comunicación. Sabemos que para que el modelo de des-



arrollo neoliberal se pueda realizar en México son indispensables nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales y jurídicas; pero también es insustituible una conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Tal conciencia intentará producir, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para que nuestra sociedad funcione dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

De esta forma, así como el capitalismo mexicano, para afianzarse en su fase de industrialización, creó a mediados del siglo xx un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación ma-

terial, ahora el capitalismo modernizador, para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras, necesita producir otros rasgos de identidad nacional por medio de una estructura de valores nueva, algunos de cuyos puntales son la eficiencia, la tecnificación, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la desregularización, la desestatización, la internacionalización, la globalización, etcétera.

Podemos decir que sobre las bases del primer sincretismo cultural que se dio en nuestro país en el siglo xx con la sociedad norteamericana posterior a la Segunda Guerra Mundial, ahora iniciamos otro sincretismo con la misma cultura a partir de la integración del Tratado de Libre Comercio y de la intensa presencia en nuestra sociedad de la ideología de la modernidad. Es decir, se ha iniciado a través de las industrias culturales, en particular la de la televisión, una fase nueva de

inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar el sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el programa moderno de crecimiento neoliberal que ha elegido aplicar el sector cúpula del Estado mexicano en los próximos decenios.

Los cambios en la comunicación humana

Constatamos que en el proyecto del neoliberalismo cultural, presionado por la tendencia de desarrollo neoliberal, está mercantilizando al extremo el funcionamiento de los medios de información, particularmente la televisión, lo cual provocará que gran parte de nuestra producción espiritual cotidiana se enajene aún más con tal de vender y de acumular.

Así, ante la devastación material, humana y cultural que dejó en nuestra sociedad la cruel crisis económica de los años ochenta, pues nos llevó a perder diez años de desarrollo al retroceder mayoritariamente a los mínimos del bienestar material, y por lo tanto, a prolongar intensivamente nuestra jornada laboral de uno a dos o tres turnos al día, hemos olvidado rápidamente que esta realidad nos condujo a un nivel más primitivo en la escala de evolución humana, con el consecuente arrinconamiento espiritual de nuestra sociedad, ya que *hoy existimos más para trabajar que para vivir*.

Por ejemplo, y no obstante que actualmente somos 85 millones de habitantes en la República Mexicana, la población trabajadora vive hoy con más soledad que antaño, pues al tener que privilegiar forzosamente el trabajo por sobre otras actividades sociales, contamos con menos tiempo y energía para compartir con nuestra pareja, con nuestra familia y con nuestros amigos. La expansión de la marginación y la ausencia de otros horizontes culturales han ocasionado, especialmente entre los jóvenes, mayor consumo de enervantes para fugarse de su cruda realidad cotidiana.

La falta cada vez más aguda de oportunidades para salir del callejón de la crisis ha provocado



hoy en grandes grupos un estado anímico más depresivo que el de hace dos sexenios. La presencia de 960 estaciones de radio en nuestro país, de 200 sistemas de televisión, de redes de computadoras de la cuarta generación, de conexiones vía antena parabólica, de tejidos de fibras ópticas, de transmisiones de satélites, de superconductores, etcétera, no ha aumentado nuestra capacidad de intercomunicación personal, pues los psiquiatras han registrado que los individuos se conocen hoy menos que hace dos administraciones gubernamentales.

El incremento de las preocupaciones laborales ha llevado hoy al sector trabajador a tener un sueño menos profundo y relajante que en etapas anteriores. El drástico deterioro de la calidad de vida originó que muchos niños vivieran con menos cariño y amor, pues tuvimos que atender más nuestras estructuras de sobrevivencia material que en periodos de antaño. El desbordamiento de la tasa demográfica nacional ha obligado en la actualidad a los individuos que habitamos en las grandes ciudades a dedicar más tiempo al transporte cotidiano que en los años precedentes. La dinámica centralista de crecimiento ha provocado que nuestro corazón lata hoy con más presiones y *stress* que a principios del decenio pasado.

El incremento de los contaminantes en la atmósfera ha generado que nuestros pulmones estén hoy más fatigados y envenenados, pues acumulan más plomo y tóxicos que en quinquenios precedentes. La crisis del modelo urbano ha propi-

ciado, por su parte, que nuestro sistema nervioso funcione hoy en las metrópolis de manera más tensa e irritable que en periodos de antaño. Incluso —y no obstante el monumental esfuerzo que ha realizado el Estado mexicano en el terreno de la salud mediante la red de hospitales, los centros de rehabilitación, las campañas de vacunación y la medicina social para incrementar el promedio de vida nacional a 75 años—, todas las presiones impuestas por la crisis están contribuyendo a restarnos de cinco a ocho años de vida.

Parece que desconocemos que al empezar los años noventa dedicamos más tiempo y energía a ganarnos y a conservar la vida que al finalizar los años setenta. Con lo anterior constatamos que hemos vivido un decenio en forma más enajenada que en los años que lo precedieron, pues significativamente hemos tenido menos espacio libre y sereno para dedicarlo a nuestro descanso, a nuestra inventiva, a nuestro gozo, a nuestro placer y al encuentro con nosotros mismos, esto es, al regreso a nosotros para nutrirnos de nuestro mundo interior, recrearnos y fortalecernos íntimamente ante la agresividad del exterior que va en aumento.

Ante esta situación gravísima de retroceso vital de la mayoría de la población nacional, el gremio de comunicadores ha demostrado, una vez más, que forma por lo general un grupo decorativo dentro de las nuevas especializaciones profesionales, pues en aras de adaptarse a la “modernidad” ha entendi-



do todo menos la comunicación. Por ejemplo, ante el nivel de agresión bárbara que nos impone la vida urbana al concentrarse 18 millones de personas en los 600 kilómetros cuadrados del Valle de México, una de las necesidades básicas que se tienen que satisfacer urgentemente en esta área es la de producir procesos comunicativos que generen reposo, tranquilidad y relajamiento. Especialmente en el Sistema de Transporte Colectivo (Metro), donde a 40 o 60 metros bajo el nivel de la tierra los sonidos se amplifican 100%, el calor asciende ocho grados, los seres humanos experimentan mayor tensión por la fricción de los ríos de gente que chocan en zigzag y el *stress* alcanza su mayor plenitud, la propuesta “modernizadora” de los “comunicadores profesionales” a la Oficina de Información del Departamento del Distrito Federal ha sido la de colocar 20 monitores de televisión en cada lado de los andenes subterráneos donde se esperan los vagones, y programarlos con música estridente y videos de rock a todo volumen para estar a la “vanguardia” de las novedades musicales.

De igual forma, y pese a que en las grandes ciudades del país esta generación ya ha pasado mayoritariamente de la forma de convivencia en viviendas horizontales a la modalidad de casas verticales en condominio que reduce el espacio que separa a los habitantes; a que cada vez más los procesos de la vida cotidiana se realizan de manera masiva, como el hacer cola para comprar las tortillas, el entrar al cine en multitudes y el viajar por las ciudades en camionetas colectivas, ya que a partir de los años ochenta el 60% de la población nacional ha pasado a vivir en las urbes, es decir, pese a que nunca antes en toda la historia de nuestro país los mexicanos hemos estado físicamente tan cerca los unos de los otros, sin embargo hoy vivimos más solos, pues progresivamente hablamos y nos entendemos menos entre nosotros.

En el mismo sentido, el ritmo creciente de sobrevivencia urbana nos ha llevado a sustituir cada vez más a nuestra familia sanguínea por los lazos de una débil familia ampliada proveniente del mundo del trabajo; el nivel de aislamiento que se incrementa cada vez más en las ciudades ha provocado que mediante los anuncios oportunos de los periódicos y de las revistas aparezcan solicitudes de personas que expresan sus medidas corporales, sus características físicas, sus modos de pensar y sus datos personales para encontrar “amigos”, “esposos” o “compañeros” que mitiguen su soledad; en las metrópolis

tenemos menos parques, jardines, banquitas, rinconitos, calles empedradas y fuentes donde podamos dialogar para descubrirnos los unos a los otros; la relación elemental del juego corporal entre padres e hijos, que se daba mediante el retozo en las generaciones anteriores, ahora es sustituida en forma creciente por la vinculación electrónica que se da a través de la pantalla con el Nintendo, el Atari y los nuevos videojuegos; los ancianos estorban cada vez más al mundo moderno del progreso al ya no ser eficientes y, por consiguiente, son abandonados frente al televisor o en los asilos, y las personas comunes y corrientes de esta generación mueren y quedan más solas en los panteones, ya que la vida “desarrollada y productiva” no nos permite tener el tiempo para dar a los muertos el último adiós.

Ante esta situación de derrumbe de la relación humana más fundamental que es la comunicación interpersonal, nosotros los “comunicólogos profesionales” planteamos permanentemente que lo importante en nuestro campo de actividad es promover la adquisición de más redes de comunicación celulares, ordenadores autoprogramables, más servicios de cable, pantallas estereofónicas, videos de alta definición, *walk mans* con ecualizadores, teletextos, *compact disks*, etcétera, y no el escucharnos y acercarnos simplemente para conocernos e impulsarnos mutuamente como seres humanos.

De igual forma, constatamos que nosotros los “especialistas de la comunicación”, para formar profesionalmente en las escuelas de información a los nuevos cuadros que dirigirán el futuro de esta realidad, construimos currículos académicos que estudian la teoría de mercado, las campañas políticas, las culturas populares, las nuevas tecnologías, los métodos de investigación, las técnicas publicitarias, la producción de contenidos televisivos, los lenguajes de la radio, la estética cinematográfica, la información en el siglo XXI, las herramientas semiológicas, etcétera, pero nunca abordamos el proceso humano de la comunicación, especialmente el de la interpersonal, que es el punto básico de donde parte y a donde se dirige todo el fenómeno anterior.

Sin embargo, ante esta realidad de regresión humana que se presenta en nuestra sociedad y ante los pocos espacios de diálogo y de encuentro personal que quedan en nuestras deshumanizadas urbes, la propuesta modernizadora de los “comunicadores profesionales” ha sido la de dar el tiro de gracia a estos resquicios de vida para convertirlos en zonas posmodernas de pasatiempo. Así, hemos transforma-

do la taquería en "videotaco", el bar en "videobar", la pizzería en "videopizza", el salón de bar en "videodiscodeque", el restaurante en "videogourmet", el camión en "videobus"¹, el jardín en "videoparque" (sólo falta el "videosanitario"), propiciando el distanciamiento y el desencuentro entre las personas con su consecuente estado creciente de oscuridad humana.

En este sentido, podemos decir que para el modelo de comunicación que hemos construido en estos años, todo ha sido importante de considerar excepto nosotros como seres humanos; es decir, que nosotros no hemos sido importantes para nosotros mismos, pues no hemos situado al fenómeno humano en el centro de la reflexión, de la discusión y de la acción comunicativa, sino que nos hemos enredado en el tratamiento y en la supervaloración de otras mediaciones tecnológicas más complicadas, situándolas como el fin último de nuestro quehacer profesional y no como meros apoyos materiales para alcanzar otras metas superiores. El sujeto de nuestra comunicación ha sido la técnica informativa y no los seres humanos.

De esta manera, tenemos que reconocer que como gremio profesional hemos respondido a las demandas del poder, a las leyes de la acumulación de capital, a las tendencias de la centralización, a las inercias de los medios más conservadores, a la dinámica de la expansión transnacional, a las modas intelectuales, a las exigencias de la modernidad, etcétera, pero no hemos respondido a nuestras necesidades comunicativas más elementales para avanzar humanamente como personas y como sociedad.

Ante esta realidad es obligatorio cuestionarnos de qué hemos estado hablando los especialistas de la comunicación en estos últimos 50 años, ante lo cual tendremos que responder que de todo, excepto de lo fundamental de nuestras vidas, es decir, de lo que acontece en el interior de nuestras existencias como individuos y como comunidades. Por consiguiente, esta evidencia nos obliga a cuestionarnos nuevamente qué sentido tiene hablar de fibras ópticas, de televisión estereofónica, de ventas por apoyos publicitarios, de incrementos de *ratings*, de lenguajes

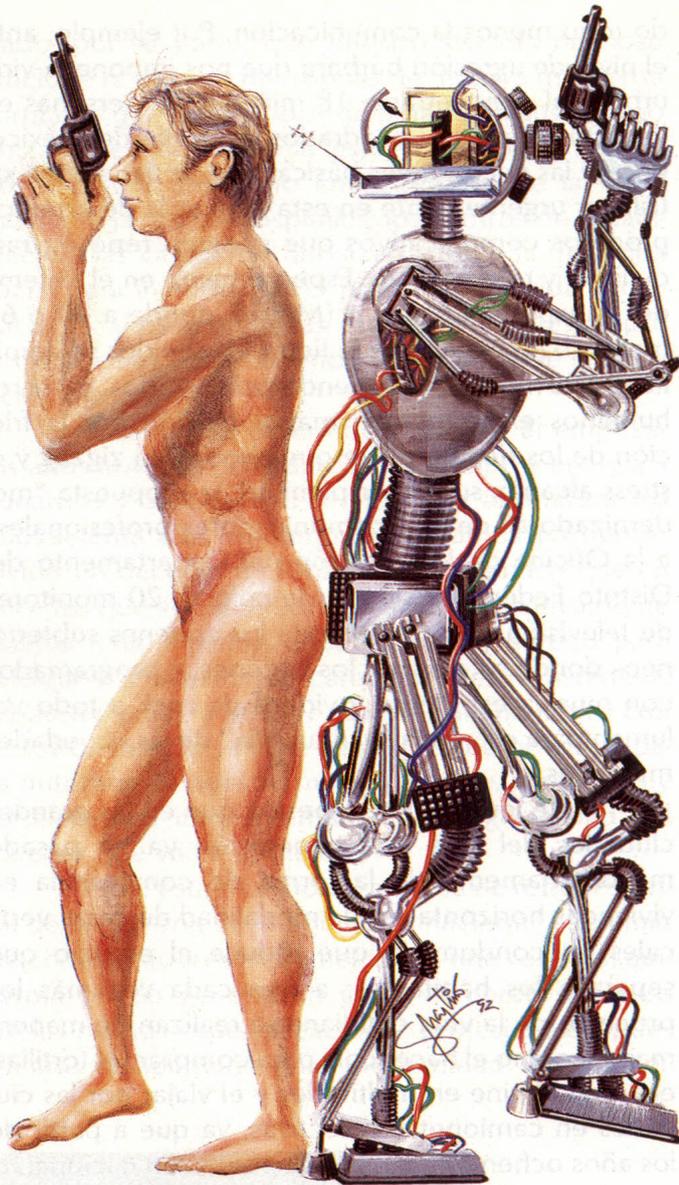


Ilustración de Sebastián Mar

digitales, de bancos de datos, de videoconferencias, de ampliación de coberturas radiales, de computadoras con mayor velocidad, de flujos internacionales de información, de sonido láser, del concurso de *Miss México*, de la telenovela de mayor éxito y de la conquista espacial, cuando en el fondo de la vida de los receptores se experimentan altos grados de infelicidad, de frustración, de tristeza, de soledad, de monotonía, de desconocimiento propio, de problemas de subsistencia, de marginación social y, en resumen, ausencia de plenitud, y que en ningún momento son abordados por nuestra profesión. ¿Con qué cara y con qué base de autoridad moral y profesional nosotros los "especialistas" nos hemos atrevido a abordar la comunicación social, cuando a la comunicación personal, que es el cimiento de aquella, la

¹ Este es uno de los proyectos más amplios que se pretenden aplicar en nuestro país mediante la instalación de pantallas de video en todos los autobuses para producir un nuevo mercado de más de mil 700 millones de usuarios al año.

hemos sepultado, menospreciado e ignorado durante decenios?

Tal parece que el proyecto de comunicación moderna, que con toda energía nos hemos esforzado por construir en el país, se fundamenta sobre la negación misma del proceso de comunicación interna del hombre. Da la impresión de que la comunicación que los “especialistas” en esta disciplina producimos hoy no es aquella que permite que los hombres se conozcan y profundicen más en sí mismos y en el núcleo social que los rodea, sino, por el contrario, es un mecanismo ajeno impuesto desde fuera de la interioridad del hombre, que genera la oscuridad de los seres.

Por tanto, podemos afirmar que la relación que hemos entablado con la sociedad a través de la comunicación nos ha llevado a un estado generalizado de incomunicación y, por lo tanto, de pérdida de nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como comunidad, como región y como país. La comunicación que hoy practicamos es un mero artificio, pues no va al fondo de las necesidades profundas del hombre.

Ante ello nos preguntamos: ¿para qué queremos los trillones de *bits* de información que nos ofrece la modernidad, si a los seres humanos les es cada vez más difícil comunicarse de mirada a mirada, de corazón a corazón, de centro a centro?

En este sentido, se puede decir que, sabiendo que sólo se tiene una ocasión para experimentar el milagro de la vida, las estructuras y los procesos de comunicación que hoy producimos, enseñamos, practicamos y reproducimos mediante nuestro quehacer profesional cotidiano no contribuyen a que los individuos nos hagamos más humanos, sino más ajenos y extraños a nosotros mismos; es decir, más allá de la especialización técnica que nos da el oficio del manejo de ciertas herramientas informativas, la comunicación que producimos no tiene diferencia de la que genera el contador, el arquitecto, el velador, el carpintero, el ingeniero, pues no hemos desarrollado la capacidad para crear “mundos” o “espejos” que nos permitan incrementar el conocimiento de nosotros mismos y de las personas que nos rodean, con objeto de incrementar nuestra fuerza para vivir de manera más intensa y profunda con nuestro ser y con todas las formas de vida que nos rodean.

Por ello, podemos afirmar que el saldo de 70 años de estudio y de práctica especializada de la comunicación en el país es que hemos perdido lo más importante por lo meramente secundario y ac-



cesorio. Así, al aproximarnos al siglo XXI podemos afirmar que nuestra sociedad cuenta con especialistas, técnicos, médicos, químicos, administradores, ingenieros, abogados, políticos, etcétera, pero, en estricto sentido —y no obstante que existen miles de individuos preparados en el campo de la comunicación—, la sociedad mexicana todavía no posee verdaderos comunicadores, debido a que dichos cuadros profesionales se dedican a todas las actividades propias del quehacer informativo, excepto a construir las condiciones para que los seres humanos se conozcan a sí mismos, se encuentren, se aproximen, se humanicen y evolucionen hacia etapas supremas del ser.

Así como ahora es importante reflexionar sobre el futuro de nuestra economía y de nuestra nación en esta fase de globalización, es más estratégico meditar sobre el tipo de ser humano que está produciendo el “moderno” modelo de desarrollo neoliberal. Esto, debido a que en el fondo de los proyectos económicos, políticos, culturales y sociales que se instrumentan con la modernidad lo fundamental no son las estructuras aparatosas que se crean, sino lo que nos queda a los hombres de todo ello para aumentar nuestra calidad de vida y, por consiguiente, nuestra felicidad.