

EL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE DIFERENCIACIÓN Y DIVERSIDAD EN LOS PROCESOS DE FORMACIÓN DOCENTE¹

Martín Muñoz Mancilla²

Abstract: The purpose of this work is to know the importance that cultural consumption has in processes of educational training to account for the fact that in the neoliberal era institutions are assessed equally but students are assessed differently...

The concepts of cultural consumption are analysed, then the social, cultural and economic context of three *Normal Schools* in Mexico to which are evaluated in the same way despite being totally different. These dynamics favour those who possess better structural conditions and an urban life.

Keywords: Cultural consumption; external evaluation; cultural diversity; educational training

Resumen: El propósito de este trabajo es conocer la importancia que tiene el consumo cultural en los procesos de formación docente para dar cuenta que en la era neoliberal se evalúa de igual manera a instituciones y alumnos diferentes.

Se analizan los conceptos de consumo cultural, posteriormente el contexto social, cultural y económico donde se ubican tres *Escuelas Normales* en México a las que se les evalúa de igual manera pese a que sean totalmente diferentes. En esa dinámica se favorece a quienes poseen mejores condiciones estructurales y una vida urbana.

Palabras Clave: consumo cultural; evaluación externa; diversidad cultural; formación docente

Introducción

¿Cómo ha evolucionado la importancia del consumo cultural? ¿Por qué se dice que el consumo cultural es un medio de diferenciación social? ¿Por qué se evalúa de igual manera cuando los alumnos viven en contextos diferentes? O planteadas de otra manera, ¿los resultados de evaluación externa de las Escuelas Normales poseen estrecha relación con el consumo cultural y del medio donde se desarrollan los alumnos? Estas son las interrogantes que permean el presente trabajo.

Para poder desarrollar se planteó el siguiente propósito: analizar el consumo cultural como medio de diferenciación en los resultados de evaluación externa que se aplican a los estudiantes de las Escuelas Normales del Estado de México.

El supuesto del que se partió fue: *El consumo cultural posee estrecha relación con los resultados de evaluación externa que se aplica a los estudiantes que se preparan para ser docentes, por tanto, se evalúa de igual manera a alumnos diferentes.*

Para dar una explicación lógica y coherente se desarrollan las siguientes temáticas: el consumo cultural, una categoría en construcción; Del consumo biológico al consumo cultural; El consumo cultural como medio de formación e integración social; La globalización como polémica y como medio de desigualdad; La lógica de mercado: neoliberalismo y consumo cultural; Diferencias estructurales de las regiones donde se ubican las Escuelas Normales; La escolaridad: un indicador de desigualdad; El contexto social y las Escuelas Normales. Estas temáticas son desarrolladas en los epígrafes que siguen.

El consumo cultural, una categoría en construcción

El consumo es considerado un tema de vital importancia para comprender el desarrollo de la humanidad a lo largo de la historia. En los orígenes del hombre fue estimado como una necesidad básica de supervivencia, y después se fue transformando de manera gradual hasta llegar a los últimos tiempos, en que se asocia a necesidades secundarias o incluso terciarias, que en palabras de Maslow, se erigen como elementos sociales y de reconocimiento.

El tema del consumo ha sido reconocido por formar parte de la vida del hombre en sus diferentes manifestaciones, desde las biológicas y de supervivencia³, hasta las sociales y de distinción, de ahí que para poder comprender, argumentar, sustentar y explicar esta categoría, ha sido necesario apoyarse no sólo en diversas disciplinas —como la biología, la economía⁴, la sociología y la antropología—, sino además estudiarla de manera inter, multi y transdisciplinaria; al tiempo que se considera como un término polémico, polisémico y multifactorial, ello debido a los debates que se han generado en relación con la misma, por los diversos sentidos y significados que se le han atribuido, así como por la convergencia de los diferentes factores con los que se relaciona.

Han sido varios los teóricos que se han ocupado de su análisis y estudio, como Mullins (Mullins, 1999), quien lo reconoce como un proceso por medio del cual la gente adquiere y utiliza los bienes y servicios para su supervivencia y reproducción biológica y

social, es decir, no solo por necesidad, sino también con propósitos expresivos como la diversión y el disfrute.

Al igual que otros autores, Mullins parte de reconocer que el *consumo es una necesidad básica de supervivencia*, sin el cual es imposible sobrevivir, tal y como fue considerado en las primeras etapas de la humanidad, cuando estuvo vinculado con los aspectos biológicos, sin embargo, el autor reconoce que con el tiempo se fueron integrando o relacionando distintos conceptos que por sus significados se consideran “conceptos emparentados”, como: *educación, formación, socialización, integración*, así como con lo que en este trabajo he denominado como *formación académica*. Pero antes de argumentar tal relación, es necesario analizar cómo se fueron dando dichos procesos y con ello se fue construyendo esta categoría.

Del consumo biológico al consumo cultural

Como he venido señalando, la vida del hombre desde sus orígenes ha estado vinculada al consumo; es decir, desde siempre tuvo la necesidad de consumir lo que encontraba a su paso para poder sobrevivir, fue en ese instante cuando apareció el consumo como una necesidad biológica, como una necesidad básica de supervivencia (Bauman, 2007a). Los primeros hombres nómadas en la lucha por la vida consumían únicamente los productos que la naturaleza les ofrecía: animales, vegetales y agua; luego se convirtieron en cazadores, pescadores y recolectores, fue en esa época cuando se presentó de manera natural la relación entre hombre-consumo-naturaleza.

Posteriormente, ya que el hombre pasó de ser nómada a sedentario, se transformó esa manera de consumir⁵, cuando la recolección evolucionó al cultivo, y la caza a la domesticación de los animales, es decir, al desarrollo de la agricultura y de la ganadería, transformándose no solo la vida y organización del hombre, sino también la manera de satisfacer sus necesidades básicas y de consumo.

Derivadas de la sedentarización, surgieron otras necesidades que el hombre requería satisfacer, como la construcción de viviendas, herramientas, utensilios, armas, prendas de vestir, entre otras, convirtiéndolo en productor, estimulando su capacidad de crear los diversos productos para satisfacer sus necesidades básicas; a diferencia de sus antepasados, ya no fue

solo un consumidor de lo que la naturaleza le ofrecía, sino que empezaron a crearse las bases de la comercialización con los excedentes de la producción que eran intercambiables.

Mediante esa lógica evolutiva del consumo, de la producción y de la comercialización de los excedentes de la agricultura y de la ganadería, se crearon las condiciones para el surgimiento de un nuevo grupo social integrado por personas ingeniosas, con ciertos conocimientos, saberes y formas de comunicación, además de creatividad para producir de manera manual objetos utilizados para mejorar la satisfacción de sus necesidades básicas como: comer, beber, vestir, dormir y protegerse de la intemperie.

A estas personas se les llamó artesanos, quienes lograron alcanzar cierto prestigio social debido a que sus productos y servicios coadyuvaron a mejorar las condiciones de vida existentes; estas personas empezaron a *formarse en los talleres*, lugar donde se adquirirían los conocimientos y saberes propios de las profesiones.

De forma paradójica al tema del consumo en esta lógica evolutiva desde los orígenes de la humanidad hasta el siglo XIV, de acuerdo con Álvarez (2002), se le otorgó un sentido peyorativo y se le relacionó con términos como: destruir, devorar, despilfarrar, agotar, desgastar. Posteriormente, en el siglo XIX, se le conceptualiza como un concepto *neutro*, perdiendo la negatividad y empezándose a relacionar con el mercado y la producción; esta transformación se debe al advenimiento de la Revolución Industrial, donde se evolucionó a la relación producción-comercialización-consumo con el propósito de propiciar condiciones de dependencia.

Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos y científicos de ese tiempo, gran parte de la población continuó vinculada al “consumo como necesidad básica de sobrevivencia”, como satisfacción de necesidades primarias, y muy pocos accedieron a las satisfacción de necesidades sociales, culturales y de distinción (Bauman, 2007a).

Por las características de esta nueva época, los conocimientos, los saberes y la comunicación empezaron a adquirir cada vez mayor importancia, es decir, después de siglos de evolución, estos cobraron mayor trascendencia, lo que influyó de alguna manera en el desarrollo de procesos, como los asociados con el lenguaje, la escritura, la lectura, la escolarización, la cultura,

la formación, la socialización y la educación, entre otros (Kuper, 1999; Bauman, 2002).

En el nuevo marco que trajo consigo la Revolución Industrial, el consumo ya no se reducía a la satisfacción de necesidades básicas o de supervivencia, sino que empezó a determinarse por las características de las nuevas formas de vida, lo que requería otro tipo de hombre con nuevos conocimientos y saberes como la lectura, escritura y operaciones básicas; su adquisición le permitía tener la capacidad para acceder a diversos medios de información (periódicos, libros y revistas), es decir, al consumo de una nueva cultura acorde con los recientes inventos y la difusión del nuevo modelo económico⁶.

Esta nueva etapa también requería de una nueva organización económica, política, social y cultural, dado que, por un lado, los avances de la ciencia y de la tecnología demandaban mayores mercados y consumidores, y por el otro, la difusión de la nueva cultura requería también de la formación de un nuevo hombre, no sólo con cierto nivel de formación en el dominio de los conocimientos y saberes, sino además con nuevas actitudes y predisposiciones.

Este novedoso tipo de consumo, así como las condiciones para difundirlo y consolidarlo, se dieron principalmente en los países industrializados, donde se manifestaron ciertos cambios y transformaciones de la sociedad en general, al pasar de una relación entre productor y consumidor, a una relación mediada por la difusión de los medios de comunicación; de vivir en pequeñas sociedades a una sociedad de masas; de un trabajo individual a un trabajo en cadena; de una relación cara a cara a una relación distante; y del predominio de la heterogeneidad a la homogeneidad de acciones en la elección y consumo de productos.

Se reconoce a Inglaterra como el país donde se empezaron a crear las nuevas bases del consumo, con un grupo de personas que se caracterizaron por plantear un modelo puritanista en su forma calvinista en lo agrícola y fabril (Weber, 1984), quienes al emigrar a Estados Unidos poseían las características de ser ahorradores y poco "ostentosos" en ropa y comida, ser disciplinados en el estudio, organización, administración y trabajo; estas características contribuyeron a su conversión en la clase burguesa, intelectual, industrial y comercial del norte de Estados Unidos, la ganadora de la Guerra Civil; fue la primera sociedad dedicada al

consumo dentro del capitalismo moderno, y también la que sentó las bases para su consolidación y expansión.

Sin embargo, el acceso al llamado *consumo cultural* logró difundirse y propagarse hasta siglos después, gracias a la consolidación del “fordismo” y a la producción en serie, que redujo de manera importante los gastos de inversión en la producción tanto en dinero como en tiempo, por lo que los trabajadores obtuvieron cada vez mejores condiciones para adquirir aparatos más novedosos como teléfono, cámara fotográfica, radio, TV, por mencionar algunos, además de disponer de mayor cantidad de *tiempo libre*, que fue utilizado para disfrutarlos y acceder a espacios recreativos y de formación como bibliotecas, cines, teatros, museos, espectáculos y estadios, por ejemplo.

Gracias al fordismo surgieron también una serie de bienes de consumo, difundidos de diversas maneras, sin embargo, el propósito para el que fueron creados fue semejante para todos ellos: lograr que los excedentes económicos de los trabajadores fueran invertidos en su adquisición. Así, mediante estas nuevas condiciones, el consumo empezó a adquirir cada día mayor importancia en la vida de las personas, por lo que gracias a su difusión se empezó no solo a “consumir lo que se requería o necesitaba”, sino también lo que “deseaba y se ofertaba”.

Esta lógica de consumo fue promovida principalmente en Estados Unidos en la década de los cincuenta y, gracias a dicha difusión, cobró importancia el llamado *consumo cultural* a través de la difusión y programación de la radio, así como mediante un gran tiraje de revistas populares, folletos y boletines en los que se difundieron fotos y anuncios publicitarios. Gracias a dichos anuncios, y a sus imágenes plasmadas en los diferentes medios de información, la gente ya no solo se interesó en los bienes en sí mismos, sino por la novedad de dichas imágenes publicitarias y el consumo se empezó a convertir en una actividad imaginaria la cual empezó a adquirir cierta importancia. Con base en los principios del fordismo se transformó la producción, el consumo y la vida en general, por lo que se llegó a reconocer que:

El fordismo se basa en los conceptos de medida, uniformidad, previsibilidad. Para mantener altos niveles de demanda se requiere que los salarios aumenten y que, al mismo tiempo, la inversión del gobierno provea de los medios esenciales para garantizar trabajo y prosperidad para todos. Aplicando estos

principios el trabajador tendrá excedentes económicos suficientes para con ellos poder comprar bienes de consumo (Arce, 2009: 14).

Para la década de los sesenta, la difusión logra extenderse a la mayoría de la población no solo de Estados Unidos, sino también de otros países del mundo, entre ellos el nuestro (México), tal y como lo explicaré en los siguientes epígrafes; todo esto gracias al crecimiento de la producción de revistas y programas tanto en la radio como en la televisión, así como al mejoramiento del poder adquisitivo de la gente, con lo que la población accedió a un mayor consumo cultural.

Para las décadas de los setenta y ochenta, los programas de televisión lograron una mayor cantidad de espectadores sobre los demás medios de comunicación, al tiempo que otros medios como la radio, las revistas y los periódicos crecieron no solo en cantidades de ejemplares vendidos, sino también en tirajes, los mismos que serán drásticamente reducidos en las siguientes décadas con la aparición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

De manera que para las décadas finales del siglo pasado y las que inician el nuevo milenio, el consumo cultural se fue transformado debido en gran parte a la difusión y utilización de las tic, gracias a las cuales podemos acceder al conocimiento de lo que acontece en lugares remotos o a la información que se concentra en la red, siempre y cuando estemos conectados (García Canclini, 2004). En este nuevo marco estructural, por las condiciones imperantes, se puede acceder a una diversidad de consumo cultural como en ninguna otra época de la historia de la humanidad, al tiempo que se puede ser objeto de una nueva forma de exclusión de estas formas de consumo.

Después de haber presentado un panorama general de la evolución del consumo, así como de la aparición de las tic, resulta importante destacar que en los últimos años los procesos de consumo también han tenido gran influencia de la economía de mercado, incidiendo en una nueva organización en la producción y el consumo, por ejemplo, con el negocio de comida rápida de los llamados Macdonald's, los cuales fueron extendiéndose hasta lograr consolidarse como una de las organizaciones con mayores ganancias a nivel internacional, al tiempo que este tipo de organización ha invadido de forma gradual otros servicios, como la educación, la diversión y el trabajo.

Los principios de producción y consumo de la *macdonalización* son ampliamente reconocidos, puesto que han tenido altos resultados en sus ganancias económicas, gracias a que venden la idea de que priorizan rapidez, “calidad”, cantidad y “bajo precio”, mientras que se sustentan en la cadena de montaje, la organización científica del trabajo y a la burocratización, tal y como lo ha sustentado George Ritzer:

El macdonalismo comparte numerosas características con el fordismo, en particular los productos homogéneos, las rígidas técnicas y tecnologías, las rutinas laborales estandarizadas, la falta de cualificación, la homogeneización del trabajo (y del cliente), el trabajo en serie y la homogeneización del consumo (Ritzer, 2005: 51).

La tendencia a la homogeneización, tanto en la producción como en el consumo de productos, décadas antes ya había provocado cierto debate e incertidumbre, cuando se cuestionaba el consumo de productos similares tanto de comida como de entretenimiento, e incluso de vivienda; bajo este sentido, Herbert Marcuse (1964), en su libro, *El hombre unidimensional* reconocía que: los medios de transporte, de comunicación, la alimentación, el vestuario, las industrias de entretenimiento y la información, crean hábitos y reacciones emocionales que vinculan al consumidor y al productor. Son productos que adoctrinan y manipulan y en la medida en que son accesibles para más clases sociales, su efecto es más negativo, hasta desembocar en un modelo de pensamiento y conducta unidimensional en el que ideas, aspiraciones y objetivos que trascienden por su contenido al universo establecido del discurso y la acción, son rechazados o reducidos a los términos de este universo (Marcuse, 1964: 42).

El consumo homogéneo de productos y servicios resulta ser una idea muy importante a reflexionar para dar cuenta de la trascendencia que tiene el consumo en los procesos de formación del hombre, debido a que de alguna manera sus pensamientos, sus conocimientos, sus saberes y sus significados se ven influenciados por lo que consume; es decir, el hombre se forma de acuerdo con lo que vive, come, comunica, viste, visita y escucha, en su contexto y en su época.

El consumo cultural como medio de formación e integración social

Como punto de partida, es importante destacar la convergencia de significados que se desarrolla en los conceptos del consumo y la cultura, al aludir ambos de alguna manera a los procesos de adquisición, apropiación, asimilación y nutrición de valores, conocimientos, saberes, destrezas, normas, hábitos que conllevan al desarrollo de habilidades o competencias que posibilitan, a la vez, los procesos de socialización o la integración en una sociedad determinada.

En el mismo sentido, vale la pena recuperar los estudios de consumo cultural realizados en otros países, como Gran Bretaña, donde, de acuerdo con Sunkel (Sunkel, 2006), el estudio del consumo cultural permitió no solo comprender las sociedades modernas, sino también extender este tipo de trabajos a otras partes del mundo, como los países latinoamericanos; sin embargo, para lograr un mayor conocimiento y comprensión de esta categoría, partiré de su análisis a partir de la etimología de sus dos componentes, señalada en párrafos anteriores.

El consumo cultural es un concepto compuesto y emparentado por dos términos: consumo y cultura, que provienen de dos raíces latinas: *consumere* y *cultus*, la primera de ellas se relaciona principalmente con procesos de: “adquisición”, “apropiación” y “nutrición”, y la segunda alude al “cultivo” o “autocultivo” de la mente o el intelecto; de manera que a nivel etimológico, consumo cultural se podrá referir a la “apropiación, adquisición y/o nutrición del hombre, mediante el cultivo y cuidado que haga de la mente”, es decir, al “desarrollo y cultivo intelectual”.

En este sentido, como lo he venido sustentando en este trabajo, el consumo cultural se relaciona con diversos conceptos como formación, educación, socialización e integración, que convergen en sus procesos y fines, dado que en su desarrollo coinciden en los procesos de desarrollo intelectual o mental; es decir, el cultivo y cuidado del trabajo cognoscitivo y de todos los procesos que este conlleva, por lo que desde estos referentes, el consumo cultural posee una estrecha relación con diversas temáticas que tienen en común el desarrollo intelectual de las personas.

La globalización como polémica y como medio de desigualdad

Son varios los autores que han profundizado sobre las aportaciones que ha traído consigo la globalización. En este trabajo solamente destacaré dos, el primero es Alessandro Baricco, quien en su libro *Next: sobre la globalización y el mundo que viene* (Baricco, 2004), señala que no existe una definición de globalización válida para todo el mundo, dado que se tienen muchas ideas distintas sobre lo que es, pues hay quienes piensan que crece día con día, y quienes aseguran que no existe, que es un eslogan publicitario utilizado para vender un orden mundial. No son diferencias irrelevantes; sin embargo, todos utilizan la misma palabra para designar cosas distintas.

En esta obra se destaca también que “lo que más nos atrae de la globalización es: la circulación de las ideas, la multiplicación de experiencias posibles, la superación de los nacionalismos, la adopción de la paz como terreno obligado del crecimiento colectivo. Todas ellas perspectivas absolutamente deseables” (Baricco, 2004: 51).

Una de las preocupaciones de este autor es la tendencia de la globalización a un mundo monocultural, promovido mediante la difusión de programas estereotipados en todo el mundo. Por ello reconoce que dicha “homogeneización cultural es un peligro real, pero el mundo que tendría que sufrirlas no es tan monolítico, indefenso, rígido como se piensa. El mundo conoce esas amenazas, las conoce desde siempre” (Baricco, 2004: 68).

Sin embargo, el mundo está poblado de seres humanos con capacidad de pensamiento y elección, por lo que si bien se proyectan principalmente películas estadounidenses, bebidas como la *Coca-cola*, tenis *Nike*, cigarros *Marlboro*, la compra-venta *on line*, esto es tan solo un paisaje hipotético, porque a final de cuentas se ven los programas que se deseen o se pueden ver, se bebe lo que se desee o lo que se considere mejor, se usa el calzado que se pueda adquirir o aquel otro que se elija, se decide si fumar o no, y la gran mayoría no compra sus productos en línea, lo hace de manera directa.

Las personas poseen procesos de cognición que les permiten analizar las ofertas culturales de las cuales seleccionan aquellas que consideran más adecuadas para sus objetivos o aquellas a las que puede acceder, por tanto, pese a la gran cantidad

de anuncios publicitarios, al final se consume aquello que cada persona considera más significativo.

Con base en la tesis de Baricco, se puede argumentar que una característica de esta nueva época ha sido la utilización de las nuevas tecnologías mediante las cuales se puede acceder a información que se desee consultar, desde cualquier lugar en donde se establezca una conexión y a cualquier hora del día. Por ende, el consumo cultural que se desee encontrar está disponible para quien lo desee conocer, analizar y consumir.

El segundo autor que he analizado para dar cuenta del tema es Zygmunt Bauman (Bauman, 2006), quien en su libro *La globalización, consecuencias humanas*, de entrada señala que: La “globalización” está en boca de todos; la palabra de moda se transforma rápidamente en un fetiche, un conjuro mágico, una llave destinada a abrir la puerta de todos los misterios presentes y futuros. Algunos consideran que la “globalización” es indispensable para su felicidad; otros, que es la causa de su infelicidad. Todos entienden que es el destino ineluctible del mundo, un proceso irreversible que afecta de la misma manera y en idéntica medida a la totalidad de las personas. Nos están “globalizando” a todos; y ser “globalizado” significa más o menos lo mismo para todos los que están sometidos a este proceso (Bauman, 2006: 7).

Para dicho autor, la globalización divide de la misma manera que une: las causas de la división son las mismas que promueven la uniformidad del globo. En conjunto con las dimensiones planetarias emergentes de los negocios, las finanzas, el comercio y el flujo de información, se pone en marcha un proceso *localizador* de fijación de espacio. Lo que para unos es globalización para otros es localización, y para otros, la desigualdad se convierte en un factor de estratificación. Los globales imponen las reglas del juego, mientras que ser local en un mundo globalizado es señal de penuria, de degradación social.

La estratificación social históricamente presenta grandes diferencias; cuando las élites adineradas y poderosas demostraron inclinaciones más cosmopolitas, los que adolecían de recursos económicos sobrevivían con la satisfacción de las necesidades básicas más indispensables. Años después, en los nuevos procesos globalizadores se han dado ciertas transformaciones entre ricos y pobres, así también como globales y locales; sin embargo, las distancias entre unos y otros se han hecho más grandes.

La lógica de mercado: neoliberalismo y consumo cultural

Los orígenes del liberalismo se remontan hasta el Renacimiento y la Ilustración, donde surge un nuevo tipo de pensamiento que deja atrás al feudalismo y se encamina hacia la sociedad capitalista. De acuerdo con Abbagnano (Abbagnano, 1982), el liberalismo se convirtió en la concepción del mundo, la filosofía y la doctrina política y económica consustanciales con el capitalismo. El estado liberal surge sobre los residuos de los estados absolutistas que privilegiaron la monarquía y un clero resistente al cambio, por lo que la reforma protestante y el avance científico y tecnológico configuran las bases para la Revolución Industrial.

Años después, la función del Estado liberal se caracterizó principalmente por promover la libertad, la democracia y la igualdad, en este sentido, se promovió la protección de los derechos del hombre: a la educación, a la propiedad privada, a la salud y a salvaguardar su seguridad. Estas ideas liberales llegaron a nuestro país (México) y promovieron aspiraciones libertarias en los mexicanos, quienes se organizaron y aspiraron a lograr la libertad y el progreso (Meneses, 1998a).

En lo que se refiere al sistema educativo, desde finales del siglo XVIII, la filosofía europea y con ella el liberalismo político tuvieron una amplia difusión entre la élite intelectual de México, que ejerció una gradual influencia en la transformación de la etapa del México colonial al independiente. Esta idea se evidenció mediante la Constitución de 1857, donde se adoptó la república federal, popular y representativa como sistema de gobierno.

Después de casi un siglo de evolución y de haber pasado por una multiplicidad de conflictos, en la década de los cuarenta del siglo pasado, México se encaminó al proyecto de nación de la unidad nacional y del desarrollo industrial, por lo que se promovió y consolidó el Estado benefactor, de bienestar o asistencialista, que décadas más tarde, hacia los años ochenta, empezaría a transformarse en el Estado modernizador, como resultado de las nuevas políticas neoliberales que empezarían a sustituir el reconocimiento de la educación pública caracterizada hasta entonces como un derecho y como la palanca del desarrollo económico, para reconocerla ahora más bien como un servicio impartido por la iniciativa privada, y al que el Estado sólo le compete regular.

En este sentido, se empieza a reconocer a la lógica de mercado como el nuevo espíritu del proyecto neoliberal, cuyos orígenes se remiten a las ideas de Milton Friedman (2001), un reconocido economista de la Escuela de Chicago, quien sentó las bases del neoliberalismo con el propósito de que el Estado no interviniera en el control de la economía, a diferencia de la propuesta de Keynes, quien señalaba que esta debería estar normada, organizada y supervisada por el gobierno.

La propuesta de Friedman se nutrió con la recuperación de las viejas ideas liberales que promovían: la libertad personal, la política con libertad económica y un gobierno limitado en salvaguardar libertad, seguridad y justicia, las cuales empezaron a aplicarse poco a poco en diversos países después de la Segunda Guerra Mundial; en esta coyuntura, las leyes se empezaron a subordinar al libre mercado, oponiéndose a las políticas de intervención y protección del Estado, y con tendencia a favorecer la privatización de empresas; de manera que mientras, por un lado, el neoliberalismo promueve la libertad del individuo, por el otro, limita el papel del Estado y prioriza la lógica de mercado.

En este sentido, el neoliberalismo, como política económica, se caracteriza por mantener los principios fundamentales del liberalismo económico: libertad y razón, bajo estos principios, se puede elegir libremente todo aquello que sea considerado de utilidad, negocio, renta y ganancia, por lo que dentro de esta lógica *todo se puede vender y comprar*.

Entre los principios que fundamentan esta política destacan: el derecho a la propiedad privada, libertad y orden. El primero otorga seguridad a las personas y grupos que la ostentan, el segundo a los grandes economistas para poder competir; y mediante el tercero, permiten prevenir sublevaciones, y es en este principio donde se fortalece el papel del Estado para salvaguardar la seguridad.

De acuerdo con Pérez Gómez (Pérez Gómez, 2004) y con Laval (Laval, 2004), la consecuencia inevitable de la política de capitalismo mundial, de la liberación de intercambios mundiales y de la búsqueda del beneficio inmediato es el deterioro o debilitamiento acelerado del denominado Estado de bienestar. Dado que en esta nueva lógica que prioriza lo económico se encuentran amenazados los grandes logros alcanzados a través de las revoluciones (como la educación, salud, seguridad social, jubilación, regulación laboral, por

mencionar algunos) por influencia de la política mundial que prioriza la liberación de mercados y desregulación de los servicios sociales.

En el Estado de bienestar se dio una mayor inversión política y económica hacia los menos favorecidos de la población, con la finalidad de protegerlos, formarlos e integrarlos a nivel social; en cambio, las ideas neoliberales criticaron con severidad dicha inversión por no generar riqueza, y lo que no genera ganancia queda fuera de esta nueva lógica, por lo que propusieron que la administración de dichos servicios pasara a manos de particulares.

En la época neoliberal, los efectos han sido contrarios a lo que se esperaba, la brecha entre ricos y pobres ha crecido de forma considerable. Al respecto, Pérez Gómez (Pérez Gómez, 2004), sustenta que la extensión mundial de la economía del libre mercado en busca del beneficio del capital, puede considerarse la estrategia adecuada para establecer programas racionales del desarrollo gradual y sostenido, que a partir de las necesidades de cada estructura social permita la consolidación de formas económicas que satisfagan las necesidades de toda la población y el respeto ecológico a las posibilidades de la naturaleza. Sin embargo, los resultados han sido contrarios: la estrategia ha provocado el incremento de los desequilibrios humanos y ecológicos, y la emergencia de mayores dependencias de capital exterior.

Diferencias estructurales de las regiones donde se ubican las Escuelas Normales

El Estado de México está integrado por una serie de regiones que por sus características geográficas, económicas, sociales y culturales son distintas una de otra. Así, hay poblaciones urbanas y semiurbanas; por su ocupación y producción son industriales y rurales; por su ubicación se distinguen entre valle de México y valle de Toluca. Sin embargo, cada una de ellas posee los medios necesarios para sobrevivir en condiciones de "bienestar mínimo", es decir, en estas se pueden satisfacer las necesidades de alimentación, vivienda, salud y educación.

Según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), para alcanzar una buena alimentación se debe considerar la posibilidad de cubrir los nutrientes necesarios para el funcionamiento del organismo mediante la adquisición de la canasta básica, la cual debe lograrse con los ingresos que perciben los miembros de la familia; la vivienda debe ser un espacio digno que

permita cumplir su función de habitación y resguardo, por lo que se requiere contar con los recursos para el pago de servicios de agua potable, energía eléctrica y drenaje; la salud se entiende como un estado cualitativo de la población a través de la prevención y atención de diversas enfermedades que permitan alcanzar bajos índices de mortalidad.

En el Estado de México se presenta una gran desigualdad no solo en comparación con otros estados de la República mexicana, sino también por las diferencias entre las regiones del mismo estado, las cuales también se presentan al interior de cada uno de los municipios que las integran.

Dicha diferencia y desigualdad se registra en los municipios que integran el Estado de México, mientras que algunos se caracterizan por mostrar altos índices de desarrollo gracias al ingreso per cápita y expectativas en los servicios de alimentación, vivienda, salud y educación, algunos otros se distinguen por su bajo ingreso y los pocos servicios con que cuentan, estos son considerados municipios con bajos índices de desarrollo, pobres y otros en situación de extrema pobreza.

Tal desigualdad se ha llegado a comprender como un proceso estructural que tiene sus raíces históricas y que se agravó durante el proceso económico industrializador, mientras que en algunos municipios hubo una gran inversión económica, para otros la falta de inversión fue una de las causas que dificultaron su desarrollo económico y progreso técnico en los sectores productivos.

Esta situación ha llegado a ser clasificada como “una gran brecha de separación” (Lerner, 2009). Mientras que algunos municipios tienen altos indicadores de bienestar, similares a los de Estados Unidos y superiores en los casos de algunos otros miembros de la OCDE, otros municipios y regiones poseen indicadores inferiores a los de países del África Subsahariana, considerada la región con mayor pobreza extrema y miseria en el mundo.

Este escenario también se presenta entre las regiones y municipios donde se encuentran ubicadas las Escuelas Normales, así, en tanto que algunas de ellas encuentran los medios idóneos para acceder a un mayor consumo cultural y formación académica (librerías, bibliotecas, museos, teatros, así como los servicios de electricidad, agua potable, drenaje e internet), en otros difícilmente

se cuenta con lo indispensable para satisfacer las necesidades básicas y tristemente destaco que en ocasiones incluso carecen de agua debido a su escasez por periodos prolongados y los habitantes de su población, como diría Canclini, “se caracterizan por ser considerados diferentes, desiguales y desconectados” (García Canclini, 2008: 26).

En este trabajo pretendo destacar que existe una gran desigualdad entre algunos municipios donde se encuentran establecidas las Escuelas Normales. Así, por ejemplo, Coacalco es considerado como uno de los 20 municipios con mayor indicador de desarrollo según estudios de la ONU. El caso contrario es Sultepec, considerado como uno de los municipios con mayor pobreza en México, por tanto, la población que habita en ambos municipios tiene modos de vida muy diferentes uno del otro, diferencia que se manifiesta en las Escuelas Normales donde sus estudiantes tienen condiciones, procesos y resultados muy diferentes.

La escolaridad: un indicador de desigualdad

Por las condiciones estructurales, los 10 municipios donde se encuentran ubicadas las Escuelas Normales y poseen mayor escolaridad tienen en común el tipo de vida urbana, con acceso a todos los servicios básicos: agua, electricidad, drenaje, teléfono, con una gran desarrollo industrial, con grandes instituciones educativas como universidades, museos, teatros, cines, así como también registran una gran parte de su población que posee empleo fijo.

En cambio, los municipios que poseen menor escolaridad tienen en común el tipo de vida semi-urbana, y en el interior de estos sigue predominando la vida rural. Gran parte de su población no cuenta con los servicios básicos indispensables, no hay desarrollo industrial, agrícola o ganadero, por lo que registran un elevado índice de desempleo y gran parte de la población tiene que emigrar para encontrarlo. Las únicas instituciones educativas de Educación Superior para poder hacer una carrera siguen siendo las Escuelas Normales.

Los municipios con mayor diferencia en escolaridad son los de Coacalco y Sultepec, que como había expuesto anteriormente, el primero es considerado uno de los municipios con mayores indicadores de bienestar a nivel mundial y en cambio el segundo es considerado uno de los municipios con mayor pobreza extrema. Mientras que el primero tiene casi 11 grados de escolaridad

promedio entre sus habitantes, en el segundo no se llega ni al sexto grado.

El contexto social y las Escuelas Normales

Sin duda alguna, el consumo cultural es determinado en cierta medida por las condiciones prevalecientes en el contexto social, y por otra parte, por los intereses y expectativas de los sujetos. Ambas desempeñan un papel trascendental en los procesos de formación y en el consumo cultural que realizan, por lo que son determinantes en el modo de vida de la población.

En el caso de los estudiantes resulta determinante el contexto social en el que se desarrollan, no solo por la mayor carga horaria en relación con la escuela, sino también porque se encuentran mayores ofertas culturales, tales como cine, teatro, museos, internet, entre otros. Tal como sustenta García Canclini (1988), es posible que la ubicación geográfica de los planteles, así como el lugar donde tienen fijada su residencia los jóvenes, serán factores que expliquen las diferencias. Tal es el caso del Subsistema Educativo de las Escuelas Normales del Estado de México, el cual se encuentra comprendido por 36 Escuelas Normales ubicadas estratégicamente en cuatro regiones.

Así, las diferencias entre las Escuelas Normales no se limitan a su ubicación y distintos factores (clima, población, altitud sobre el nivel de mar, características geográficas), por lo que en este trabajo pretendo destacar aspectos sociales y culturales. Para ello me resulta necesario destacar que en dicho subsistema se realiza una gran diferenciación por su ubicación geográfica, principalmente en dos partes: Escuelas Normales del valle de México y Escuelas Normales del valle de Toluca.

Los alumnos de las primeras, por la cercanía con la ciudad de México, poseen la ventaja de poder acceder a mayores ofertas culturales, lo cual viene a destacar lo que sustentan García Canclini (García Canclini, 1988) y De Garay Sánchez (De Garay Sánchez, 2004) acerca de que la zona metropolitana de la ciudad de México posee una mayor oferta cultural que el resto del país.

En cambio, los alumnos de las Escuelas Normales del valle de Toluca, por sus características regionales, no solo se encuentran alejados de las ofertas culturales que se promueven en la ciudad de México, sino que además las escuelas se localizan muy distantes una de la otra, a excepción de las tres ubicadas en la ciudad de

Toluca (No. 1, No. 3 y Centenaria Normal de Profesores), lo que obstaculiza a sus alumnos acceder directamente y de manera cotidiana al consumo de lo que es considerado en su conceptualización clásica, como “alta cultura”.

Esta comparación permite dar cuenta de las múltiples diferencias que se dan en el contexto social donde se desarrollan los estudiantes normalistas, si bien es cierto que en la actualidad, por medio de la computadora y el internet, los alumnos pueden acceder en parte a los bienes considerados de “alta cultura”. Paradójicamente, García Canclini (García Canclini, 1988), sustenta que las prácticas de consumo cultural se caracterizan por una concentración presencial de jóvenes con un cierto nivel de estudios.

Ante este panorama, se da cuenta de las desigualdades que presentan no solo los alumnos de una a otra región, sino también de las condiciones estructurales de las mismas Escuelas Normales, lo que lleva a reconocer una gran diferenciación en los procesos de acceso al consumo cultural y de formación académica.

De manera contradictoria, ante dicha desigualdad de acceso al consumo cultural, las políticas de rendición de cuentas y de evaluación por parte del Centro Nacional de Evaluación (Geneval), que permean a estas instituciones, tienen carácter nacional; es decir, se evalúa igual a alumnos con características diferentes, tema que será destacado y profundizado más adelante.

Los resultados de dicho examen de evaluación ubicaron arriba de la media estatal en los dos primeros lugares a las Escuelas Normales ubicadas en el valle de México: 1. Coacalco y 2. Cuatitlán Izcall, las cuales, por su ubicación en la región nororiente del Estado de México y por su cercanía con el Distrito Federal, poseen elementos de relación con la dinámica de la vida urbana, donde predominan diversas instituciones que promueven la llamada “alta cultura”. Asimismo, predominan diversas IES, tanto públicas como privadas, lo que les permite a los aspirantes tener diversas opciones para poder elegir la carrera que pretendan cursar.

Por tanto, la mayoría de los alumnos que ingresa a cursar la carrera docente tiene cierta oportunidad de elegir aquella que sea más cercana a sus intereses y posibilidades, así pues, si eligen cursarla, se ven involucrados diversos elementos personales tanto de mística docente, de interés por la formación académica o económicos y laborales, debido a que la carrera ofrece plaza segura al egresar de la misma. Sin embargo, dichos elementos convergen

con el entorno y le ofertan la posibilidad de acceder a un consumo cultural, lo que se refleja en la formación académica que va logrando día a día.

Referencias/ Bibliografía

- Abbagnano, B. (1982). *Historia de la pedagogía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Arce, F. E. (2009). *Vida consumista*. México: Minos Tercer Milenio.
- Baricco, A. (2004). *Next. Sobre la globalización y el mundo que viene*. Barcelona (España): Anagrama.
- Baudrillard, J. (2008). *Cultura o simulacro*. Barcelona (España): Kairós.
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Barcelona (España): Paidós Studio.
- Bauman, Z. (2006). *La globalización. Consecuencias humanas*. México: FCE
- Bauman, Z. (2007a). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Bauman, Z. (2008). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. México: Gedisa.
- Bourdieu, P. (1973). *Los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires (Argentina): Labor.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción. Cierre y bases sociales del gusto*. México: Taurus.
- Campbell, C. (1995). The Sociology of Consumption. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging Consumption. Review of New Studies*, 96-126. London: Routledge.
- Castells, M. (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid (España): Alianza.
- Castells, M. (1996). *La era de la información*. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (1997). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la globalización*. Madrid (España): Taurus.
- Castells, M. (1999). *El poder de la identidad. La era de la información*. Madrid (España): Alianza.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2004). *Encuesta nacional de prácticas y consumos culturales*. México: Conaculta.
- De Garay, S. A. (2004). *Integración de los jóvenes en el sistema universitario. Prácticas sociales, académicas y de consumo cultural*. Barcelona (España): Pomares.
- Featherstone, M. (2002). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires (Argentina): Amorrortu.
- Friedman, J. (2001). *Identidad cultural y proceso global*. Buenos Aires (Argentina): Amorrortu.

- García Canclini, N. (1988). "Que hay que ver: mapas de la oferta y prácticas culturales", en *Cultura y comunicación de la ciudad de México*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- García Canclini, N. (1998). *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados mapas de la interculturalidad*. Barcelona (España): Gedisa.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires (Argentina): La Crujía.
- Jitrik, N. (2000). Sobre la lectura. En Piccini, M. *Recepción artística y consumo cultural*. México: Conaculta.
- Kuper, A. (1999). *Cultura: la versión de los antropólogos*. Barcelona (España): Paidós.
- Laval, C. (2004). *La escuela no es una empresa*. Barcelona (España): Paidós.
- Lipsmeier, A. (1984). *Pedagogía de la formación profesional*. México: Roca.
- Marcuse, H. (1964), *El hombre unidimensional*. México: Joaquín Mortiz.
- Marx, K. (1978). *El capital. Crítica de la economía política*. México: FCE.
- Maslow, A. (1973). *El hombre autorrealizado*. Barcelona (España): Kairos.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires (Argentina): Paidós.
- Morin, E. (1993). *Tierra-Patria*. Barcelona (España): Kairos.
- Morin, E. (2000). *Introducción al pensamiento complejo*. Buenos Aires (Argentina): Gedisa.
- Mullins, P. (1999). *Ciudades y espacio de consumo*. Madrid (España): Alianza.
- Ortega, V. L. M. (2011). *Cerca y lejos: aproximaciones al estudio del consumo de bienes culturales*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Pérez Gómez, A. (1999). *Desarrollo profesional del docente: política, investigación y práctica*. Madrid (España): Akal.
- Pérez Gómez, A. (2004). *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Madrid (España): Morata.
- Piccini, M. (2000). *Recepción artística y consumo cultural*. México: Conaculta.

Pineau, P. (2008). Esos raros peinados nuevos: ¿qué traen los futuros docentes?". *Políticas educativas y trabajo docente*. Buenos Aires (Argentina): Noveduc.

Pujol, R. (1996). *Educación y consumo. La formación del consumidor en la escuela*. Barcelona (España): Horsari.

Ritzer, G. (2005). *La McDonaldisación de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona (España): Ariel.

Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América latina*. Colombia. Convenio Andrés Bello.

Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría y crítica social de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Zamora, G. (1995). *Implicaciones educativas del consumo cultural en adolescentes de Neza. ¿Más turbados que nunca?* México: DIE.

¹ ***Cultural consumption as a means of differentiation and diversity in the processes of educational training***

² Doctor.

Escuela Normal de Coatepec Harinas, Estado de México (México).

E-mail: martinmum_m@yahoo.com.mx

³ El consumo como necesidad básica de supervivencia está íntimamente relacionado con los aspectos biológicos y con la satisfacción de necesidades básicas como la alimentación (Bauman, 2007a).

⁴ Al revisar el estado del arte sobre los estudios del consumo, se encontró que en los primeros años un número significativo de trabajos lo relacionaron con la economía. Uno de los conceptos más citados se encuentra en la obra *El capital*, donde se dice que: la utilidad de la cosa hace de ella su valor de uso [...] Está condicionada por las propiedades del cuerpo de la mercancía, y no existe al margen de ellas. El cuerpo mismo de la mercancía, tal como el hierro, trigo, diamante, etc., es pues el valor de uso de un bien (Marx, 1978).

⁵ El *homo sapiens* comenzó a emanciparse del mundo animal no racional, con base algunos eventos primordiales que fueron: la creación de herramientas y utensilios, la aparición y desarrollo del lenguaje, el sedentarismo y la agricultura (Morin, 2000).

⁶ Desde la perspectiva antropológica, el consumidor es siempre al menos un individuo, y este se halla inmerso en una cultura, por lo que el consumo es una actividad cultural en la que se ponen en juego categorías sociales que son continuamente redefinidas (Douglas, 1979).