

100

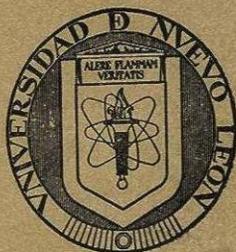
HUMANITAS

ANUARIO DEL CENTRO DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS



*Carilla Argentina
Biblioteca Universitaria*

9



UNIVERSIDAD DE NUEVO LEÓN

1968

CONSIDERACIONES SOCIOLOGICAS EN TORNO AL DESARROLLO *

JUAN SANDOVAL TRUJILLO

INTRODUCCIÓN

Lo SOCIAL POR LO SOCIAL, dentro de los objetivos del desarrollo, es francamente un fenómeno de reciente aparición. Lo social dentro de las preocupaciones de economistas y pensadores de ayer y de hoy no tenía por qué existir, a no ser en función de lo económico. No era pues, por razones de ignorancia, ni mucho menos de olvido, sino tan sólo por cuestiones de método y valores de un contexto socio-histórico-económico dado: que dichos economistas todo lo visualizaran en función de lo económico y siempre teniendo como única finalidad lo económico.

La consideración de lo social y su integración dentro de lo económico y para lo mismo económico en función de lo social, es una exigencia que el mismo sistema que se está estructurando ante nuestros ojos nos impone como asunto de vida o muerte. Porque de la misma manera que ya los postulados del liberalismo económico resultan obsoletos y que sus circunstancias determinantes de la oferta y la demanda ya desaparecieron y ahora son bloques de solidaridad y de fuerzas, o leyes de otra índole e intereses distintos, quienes deciden las pautas a seguir; así tampoco ya no es posible esperar que nuestro desarrollo vaya a surgir en medio de nuestro individualismo y egoísmo y que el mejoramiento social de nuestras gentes vaya a brotar como una lógica secuela y automática del parodiado desarrollo económico nuestro. (1)

Más todavía, podemos afirmar que así como el hallazgo de la rehabilitación del hombre como persona social y no como otro factor cualquiera de la producción, fue un hecho incidental y surgido por razones inminentes pa-

* Algunos puntos de la conferencia de este título, dictada por su autor en la Facultad de Economía de la Universidad de Nuevo León, el 30 de mayo de 1967.

ra la vida de la empresa, así también la integración de *lo social* dentro de los objetivos del desarrollo es un hecho que se ha impuesto por coincidencia tal vez, en vista de los obstáculos que han confrontado economistas y técnicos en general al poner en marcha sus planes de desarrollo dizque económico y ante su descalabro al constatar que muy a pesar suyo hay factores de índole genuinamente social que determinan el éxito o fracaso de los objetivos previstos.

La planificación del desarrollo socio-económico nuestro urge que se haga desde al plantearse los objetivos, *si es que queremos subsistir en el concierto internacional de la Humanidad*, donde ya no son individuos aislados los que buscando su propio y antojado interés, van a construir el mejor orden que automáticamente nos lleve al bien común de la humanidad; no, jamás, porque ahora se trata de bloques que se autoprotegen y buscan autodesarrollarse internamente en solidaridad para todo su pueblo y recurriendo para ello a cuantas medidas a su alcance se presenten, sin importarles, fuera de sus áreas, quiénes sufran el rigor de sus medidas.

Lo social siempre interfiere y por lo mismo puede frenar o favorecer el desarrollo. De allí que el conocimiento del medio o contexto de que se trate, siempre se impone como prerrequisito necesario al éxito de todo plan de desarrollo.

Veámoslo en ciertos aspectos.

I. INTERFERENCIA OMNÍMODA DE LO SOCIAL: Cuantas veces se habla de problemas de países en vías de desarrollo, siempre se alude al círculo vicioso en que los mismos se encierran: Su bajo producto per cápita, por falta de capital, su falta de capital y bajo poder de compra por su falta de ingresos, sus bajos ingresos por su baja productividad por falta de capital. Técnicos y economistas como planificadores, a quienes esto les preocupa, jamás mencionan variables sociológicas que posiblemente intervengan en este círculo hermético.

No es que se les reproche su tal proceder. De hecho no hacen más que estarse ajustando a aquel principio fundamental de la socialización de la cultura. Según este principio, cada persona internaliza los fenómenos de distinta manera, porque cada quien los visualiza a través de sus propios centros de interés que, a su vez, son diferentes para cada quien. Nada pues, tiene de extraño que tanto los economistas como los planificadores y técnicos en general, concentren toda su atención en sus propios centros de interés que en el caso están constituidos por las tres fases importantes del hacer económico: producción, distribución y consumo, con sus respectivas demandas que implican: fuentes de abastecimiento, canales de comunicación y hábitos del consumidor, en cuanto sirven a los fines económicos de que se trata.

¡Qué variables sociológicas, ni qué cosas por el estilo que puedan a ellos venirles en mente dentro de tales ámbitos de sus intereses! Sin embargo, tratemos de desglosar algunas de ellas, en cada una de las fases del hacer económico.

II. LA PRODUCCIÓN: Entre los factores relativos a esta fase —¿y por qué no reconocerlo que también a las dos restantes?—, se alude siempre a los tres ya consabidos: recursos naturales, capital y trabajo. A ellos añadamos explícitamente y quizás tomando parte del primero, el talento o espíritu empresarial.

Examinemos cada uno separadamente:

a) *El capital*: formación de capital necesariamente dice o implica ahorro, que luego habrá de invertirse, pero invertirse en tal forma que puedan esperarse frutos del mismo, a corto o a largo plazo, y frutos con repercusiones sociales favorables. En la iniciación del desarrollo, tan importante es conocer la cantidad de riqueza que se escape del consumo, como los objetos o fines en los que tal ahorro se invierta.

Nadie puede negar la influencia tan decisiva que ejercen en este caso variables tales como el sistema de valores, de las relaciones sociales y de la estratificación que reinan en un medio dado. Ellos, en efecto, nos van a determinar, tanto el ahorro como la inversión productiva. Resulta claro, que si en una sociedad determinada, el prestigio y el poder se miden por el tamaño del coche que se use, por el lujo o amplitud del terreno o edificio en que se habite, o qué sabemos nosotros, quizás por el rumbo de la colonia y los intereses que allí se jueguen; lógicamente todo cuanto se ahorra —sin ponernos a investigar aquí en detrimento de qué capas se amase— en vez de canalizarlo hacia nuevas fuentes productivas, se va más bien a congelarlo en boato o prestigio, a pesar de que las mismas funciones vitales podían haberse satisfecho con otro edificio en condiciones menos costosas. No dudamos que sea un ahorro, que si bien significativo para la familia interesada, resulta por completo intrascendente desde el punto de vista social.

Dentro de esta misma línea podemos también hacer nuestras, las observaciones que el profesor Piet Peters ponía en entredicho alguna vez al referirse a la productividad del trabajo y del capital en México. El frenesí que se tenía por incrementar el capital a expensas del trabajo, derrochando capital y trabajo en equipos técnicos los más modernos, montados en fábricas a todo lujo de oficinas y edificios, sin parar mientes en la abundancia de mano de obra que se condena, con graves consecuencias a la vez.(2)

Porque nadie duda de la grande necesidad que tenemos de fuentes de trabajo y no de gastos o ahorros que se congelan con derroche y sin ninguna conciencia social.

Las relaciones sociales, usos y costumbres o ceremonias y rituales que se estilén dentro de cada clase social, ¿quién no reconoce el influjo que tienen en función del ahorro y su destino? Qué de sorpresas nos aportaría una investigación realizada dentro de nuestro medio, para llegar a calcular la cantidad inimaginable de ahorros que se frustren en más o menos grado, según las capas sociales de que se trate, en regalitos y objetos cuyos lujos no podemos permitirnos nosotros, mientras a nuestro alrededor haya tanta miseria. Y nada digamos de las ostentaciones ceremoniosas por parte de cada uno de nosotros, quemadas, bien en aras de un prestigio social malentendido, bien en loor del santo de nuestra devoción, o en fin, en gestos filantrópicos bajo la bandera de algún club o asociación sofisticados que suenen mucho en nuestro medio.

¡Qué mejoras se lograrían y qué de fuentes de trabajo pudieran crearse nuevas, si todos estos ahorros así dilapidados, pudieran canalizarse con conciencia de nuestras necesidades, hacia la satisfacción de las mismas! ¡Cuántos capitales ahorrados que se hayan venido quemando o sacrílegamente congelando, en orgías y bacanales, en muebles lujosos y joyas y en tantas otras exageraciones de la vida social, cuando por todas partes nos azusan la miseria y el hambre desde cada rincón o cuchitril y por las calles andan siempre mendigando caras lánguidas!

b) *El Trabajo*: Pululan teorías diversas acerca de las variables determinantes de este factor y de su oferta y demanda en el mercado del empleo. No vamos a detenernos de ninguna manera en leyes que ya perdieron su vigencia desde todos los puntos de vista. Las excepciones que nuestro medio ofrezca todavía, no vienen más que a confirmarnos las incongruencias del sistema que las engendró.(3)

Todos sabemos que con la aparición del sindicalismo en el mundo y con el surgimiento de los grupos de presión, nuevas leyes han sentado su dominio; con los avances tecnológicos del momento histórico que atravesamos otras condiciones se han establecido.(4)

Consideremos únicamente dos variables sociológicas concernientes a este factor. Ellas se refieren: una, a nuestro sistema familiar mismo y la otra, a nuestra herencia religiosa. Ambas a nuestro modo de ver revisten gran influencia en nuestro medio, con respecto al valor atribuido por nuestras gentes al trabajo y sus "bríos" al emprenderlo.

El sistema familiar nuestro, tan fuertemente cerrado y de tanto arraigo al medio o clan a que se pertenece, protege al niño hasta el exceso desde los pechos de nuestras madres y cuántas veces aún más allá de la escuela. Todo este rol tan integrador de la familia que todos creemos uno de nuestros grandes valores, tiene, sin embargo, sus nocivas consecuencias. Nos crea una sensación de seguridad bendita y nos tira toda actitud de lucha y de esfuerzo

por el éxito en el trabajo. Más todavía, nosotros creemos que en este sistema familiar tan agasajante está también hincada corajudamente la raíz maldita de nuestro individualismo. Y lo creemos, no por fe, sino con base en estudios sociológicos que se han hecho en otros medios y en el nuestro. Se ha demostrado ya que hasta la misma forma de envolver al niño en sus pañales le va delineando su comportamiento en la sociedad a lo largo de su vida.(5)

A toda esta vida de mimos y de complejos de seguridad y superioridad pasiva, viene a añadirse nuestra herencia fatalista indígena. Al través de ella internalizamos las concepciones cristianas acerca del trabajo, ajustándolas siempre naturalmente a nuestra superstición y fatalismo heredados. El trabajo para el mexicano es cruda sanción por esa falta que le costó un paraíso de delicias. El trabajo asesta un rudo golpe a esa su seguridad personalista de familia y en cada esfuerzo que le exige, él siente perder jirones de su misma existencia bendita. Todo el valor sublime del trabajo que transforma y crea y a través del cual el hombre somete a sí a la naturaleza y la humaniza, a la par que él mismo logra su plenitud de perfección en síntesis con ella; todo este misticismo real del trabajo queda por completo muerto en la visión prismatizada de la mentalidad del mexicano. Por ello mejor prefiere la vida fácil y ligera —que al fin, estamos de paso—, y si después de todo existe al cabo esa felicidad eterna, pues más vale no preocuparnos y esperarla cruzados de brazos.(6)

c) *El talento empresarial o espíritu de lucha*: A diferencia del factor trabajo, que, acabamos de verlo, ha sido despojado de su significación auténticamente humana de acto creador, instaurándose en su lugar esa sensación de seguridad expoliada de todo esfuerzo; el talento empresarial, en cambio, implica arrojo, riesgo, tanto más intensos cuanto mayor sea la distancia, tiempo y espacio para alcanzar los frutos y mayores sean los esfuerzos que la empresa pida. Así, que tal parece que talento empresarial y mentalidad o "coraje mexicano", son dos polos diametralmente opuestos y si se sabe que el primero (talento) no surge de la noche a la mañana, mucho menos puede esperarse que se genere en condiciones tan antitéticas.

El mexicano empresario es clánico, egocéntrico e individualista y engréido de su "seguridad", no arriesga ni se lanza. Prefiere más bien presumir y rodearse de importancia, reforzando así su complejo que en la familia le crearon. Si acaso tiene iniciativas, lleva el ansia de enriquecerse de la noche a la mañana, sin importarle en detrimento de quienes lo haga. Fer-viente devoto de la providencia infinita, la misma explotación que de su prójimo hace, la juzga protección divina, porque todo lo espera de Dios, como si Dios fuera sacrílegamente cómplice de sus vicios de pereza y de usura.(7)

Siempre a la caza de dádivas y ayudas —violentando así la providencia—, jamás le son suficientes los recursos con que cuenta y tiembla y se espanta de sólo pensar que deba restringir su tren de gastos superfluos y lo que es peor, desplegar mayores esfuerzos.

Y, sin embargo, siempre se ha creído que el porvenir de nuestra patria debe estar en la gran empresa capitalista y en nuestra decantada industrialización a la fuerza. Y si algunas empresas han crecido, no es por causa de nuestra vocación capitalista, sino más bien por la vena extraña a nuestra mentalidad que allí anida. Pero nacidas en nuestro medio, están marcadas por nuestro individualismo clánico, egoísta y por eso con qué lentitud vamos penando hacia el soñado desarrollo, recelosos del éxito de los demás y llevándonos frentazos ante los mercados internacionales, donde el individualismo y la competencia desleal están condenados desde hace años. Ya lo hemos dicho que ahora son bloques, grandes mercados internos que se auto-protegen y buscan desarrollarse de por dentro y para los suyos propios.(8)

Aquí aparece toda nuestra tragedia: el mexicano empresario carente de todo espíritu o talento empresarial, ha pretendido lograr nuestra industrialización de por fuera y para los de afuera. Con ello, primero sembró de víctimas el agro, luego desgarró a nuestras gentes de su tierra donde se cifraba fundamentalmente nuestro porvenir, a pesar de lo avaro que ella nos parezca. Porque nadie va a negar que en todos los países, la tierra ha sido la clave de la industrialización. Por el incremento de la productividad de la población agrícola, se desarrollaron los mercados internos. Mientras que ahora, con el procedimiento seguido por la mexicana empresa industrial y la avalancha demográfica que confrontamos, las gentes seguirán hirviendo por todos los centros urbanos, atraídas por las expectativas industriales, sin que la mexicana industria clánica y ahogada en su aislamiento, pueda todavía satisfacerle sus demandas de fuentes de trabajo y de poder de compra. Y la empresa a su vez tendrá que rogar afuera que le compren sus productos. Lo cual siempre es traición y contrasentido, porque se está produciendo y exportando, mientras nuestras gentes carecen de lo necesario.

El problema que en otro tiempo se habría resuelto con la introducción de técnicas agrícolas tan incipientes y con un gasto insignificante de entrenamiento, logrando así la fijación de nuestras gentes a sus tierras que tanto amaban, con el aumento consiguiente de su poder de compra; cuán duro nos costará ahora resolverlo y con premura, porque de todos modos nuestra salvación comienza aquí en la tierra y después de todo, la industria nos llegará por añadidura. Pero dejemos de llorar y de echar coronas sobre los muertos. No neguemos el progreso, pero como decimos progreso o crecimiento, porque ése ha sido para ciertos grupos e individuos, pero de ninguna

manera es desarrollo para todo el hombre y para todo el pueblo mexicano que sigue hambriento en su gran mayoría.

2) *La distribución o cambio*: Si bien económicamente siempre se ha aludido a un solo sistema de cambio y distribución, al través de un mercado en que los precios se fijan de acuerdo con las leyes de oferta y demanda; sociológicamente y en realidad podemos referirnos, de hecho, a tres sistemas de distribución o cambio. Los otros dos son: el de distribución o cambio redistributivo, donde todo se concentraba a un organismo único o mercado centralizador de bienes y servicios, de donde todos recibían o cogían según sus necesidades tal como en el antiguo imperio de los Incas del Perú, sistema que en mucho se emparenta con el de los antiguos cristianos y con el practicado en algunas órdenes religiosas; y el de distribución o cambio recíprocativo que se da entre algunas tribus o clanes y, en cierta medida, entre muchas de nuestras familias y en determinadas clases sociales, consistente en un intercambio de dones o bienes o servicios recíprocos, sin fijarse ni precios ni otras leyes que los solos usos y tradiciones.(9)

El sistema de intercambio, con base en precios que se fijan por leyes de oferta y de demanda en un mercado de concurrencia, día tras día, va desapareciendo, condenado por contextos socio-histórico-políticos con otras exigencias y otras leyes que los rigen. En su lugar se van instaurando los dos últimos sistemas de redistribución y de recíprocatividad. ¿En qué otra forma si no, podrían visualizarse los sistemas de redistribución de los países socialistas y de los que poco a poco parecen acercarse algunos países europeos que al menos buscan crear entre ellos el sistema de distribución o cambio recíprocativo en un Mercado Europeo cada vez más integrado, en un Benelux tan compacto, y en tantas otras concentraciones de familias gigantes que se intercambian y protegen recíprocamente? ¿Adónde vamos a ir nosotros a mendigar con nuestros contados y raquíticos productos y dónde podremos tener cabida con nuestro individualismo, en ese magno concierto familiar donde no son las leyes antiguas de oferta y demanda las que rigen, sino las conciencias colectivas de solidaridad social que se protegen y que se han venido creando al través de crudas experiencias juntas de triunfo y de derrotas? Si queremos subsistir, tenemos necesariamente que buscar proyectarnos socialmente aquí entre los mismos nuestros y no esperarlo todo de fuera ni querer producir todo para fuera, sino desarrollar nuestros propios mercados internos a través de sistemas de redistribución o recíprocatividad, al través de mejoras políticas de salarios y prestaciones bien planeadas, que constituyen uno de los medios más eficaces para difuminar un tanto las disparidades sociales y aumentar el poder de compra de nuestras gentes y claro, su productividad y su ahorro.

3) *El consumo*: Ya Marshall, con gran acierto, había establecido que el

consumo de las gentes estaba determinado por la estructura social misma a la que se pertenecía. Dentro de tal estructura cada estrato o capa social tiene sus mentalidades y valores y escala de preferencias que predeterminaron el consumo. Ahora bien, nadie ignora el desenfrenado consumo que priva entre los miembros de determinadas capas sociales, sobre todo en lo que respecta a sus gastos discrecionales o marginales. Ellos absorben, no pequeñas cantidades, ya que sus ingresos están demasiado sobrados. Es en estos gastos o consumos donde la publicidad frenética se nutre y es dentro de tales capas sociales donde naturalmente encuentra su mayor número de presas.(10)

Sólo una planificación de desarrollo social puede fijar prioridades de consumo de los bienes sociales sobre los económicos y lograr contrabalancear debidamente la acción de la publicidad. Esta las más de las veces crea necesidades artificiales que tienden a satisfacer los intereses reducidos de una u otra firma, más bien que necesidades humanas.

La publicidad parece mismo haber cambiado las leyes de la moralidad.

Si antes se invitaba a la moderación y al ayuno, ahora tal parece que entre las gentes de tales clases sociales la ley es: enguete todo lo que veas y compra todo lo que quieras. Mientras a su alrededor se zarandean caras lánguidas y andrajosos seres humanos.

III. CONOCIMIENTO DEL MEDIO: Siempre se creyó que todo desarrollo económico se traducía espontánea y automáticamente en el desarrollo social de los pueblos.

La experiencia ha demostrado de hecho que tal desarrollo no brota *si de antemano no fueron fijados los objetivos sociales que pretenden lograr* en toda acción de desarrollo económico. Porque justamente de tales objetivos sociales van a depender las preferencias en la clase de inversiones, su lugar y modo, las preferencias en la clase de medios, técnicas o recursos a ponerse en práctica para ir mitigando las disparidades sociales y regionales o para un desarrollo social verdadero; y las preferencias en el destino que se vaya dando a la riqueza creada que tiene que surgir necesariamente de todo proceso productivo.

De donde resulta que para poderse fijar los objetivos sociales que han de integrarse dentro de todo plan de desarrollo, es urgente que anteceda un estudio acertado del medio social al que se destine el plan: así podrán descubrirse las prioridades sociales que deben perseguirse, con base en los caracteres sociológicos del medio, las posibles reacciones a las técnicas nuevas que el plan presupone, y los medios más adecuados o técnicas aconsejables para aumentar o crear la receptividad de la población frente a las innovaciones previstas. Asimismo se podrá dirigir mejor la utilización que las gentes va-

yan haciendo de las inversiones planeadas. Todos estos y otros parecidos aspectos forman parte de la labor o funciones del sociólogo. Concretemos cada uno de los enunciados.(11)

1) LOS CARACTERES SOCIOLÓGICOS DEL MEDIO: Constituyen, por así decirlo, la infraestructura informativa necesaria para poder precisar los objetivos sociales a perseguir; asimismo nos alumbran ya las medidas más adecuadas para el logro de los mismos.

Bajo este título se inscribe toda la gama de hábitos y comportamientos de las gentes, sus valores y sistema de relaciones. No se pueden pasar por alto sus inclinaciones e intereses, ni sus habilidades en materia de actividades ocupacionales: agricultura, pesca, artesanía, etc.

Tampoco pueden ignorarse los gustos de las gentes en lo que concierne a formas de habitación y casas, alimentación y condiciones de salud, distribución o preparación de los presupuestos familiares, etc., etc.

Ni mucho menos se van a echar a un lado sus costumbres y tradiciones, usos familiares y creencias, las formas de autoridad y cohesión de los grupos.

Deben conocerse las fuentes de sus ingresos y del consumo, así como sus hábitos en materia de uso o destino de sus salarios. Revisten gran importancia las interrelaciones que mantengan con otros grupos o comunidades vecinas, los medios de comunicación que se usen, sus hábitos comerciales y tasas de interés, sus formas de intercambio y monto de autoconsumo.

Toda inversión o proyecto de mejoramiento en cualquier comunidad o medio, en tanto surtirán buenos resultados en cuanto su procedimiento de ejecución vaya guiado por la estrategia que nos dicte el sistema social que allí rija. Sólo las gentes del medio mismo saben (aunque tal vez no lo comprendan) el funcionalismo de sus hábitos, actividades y demás que han tenido que poner en práctica para poder subsistir en tal contexto geo-socio-histórico dado.

2) PREVISIÓN DE NUEVOS COMPORTAMIENTOS: Comprendidos los caracteres sociológicos del medio, el siguiente paso consiste en sondear las posibles reacciones de las gentes, a raíz y en función del nuevo tren de vida y de las técnicas que se llevarán al cabo al ponerse en marcha el programa. En este campo urge conocer:

a) La escala de sus preferencias al aumentárseles sus ingresos. Con ello se vislumbrarían las formas y monto del consumo y la parte que podría sustraerse para ahorro o inversiones.

b) Los cambios de estructura en los presupuestos familiares, a raíz de los nuevos empleos o simplemente por aumento de salarios.

c) Los movimientos migratorios hacia los centros o fuentes de empleos: Grado de movilidad de la mano de obra que se prevé según el arraigo que muestran las gentes a su medio y tradiciones; posibilidades de que se aven-

gan y fijen en los sitios de trabajo. Todo esto constituye una base para programar construcciones de alojamientos colectivos, no sin antes habernos cerciorado de la aceptación que tal nueva forma de habitación pudiera tener entre la población estudiada. Este punto reviste suma importancia.

El fracaso que se tuvo acerca de los hábitos de los recogedores de papeles en la ciudad de México y el destino que les dieron a las casitas que se les habían construido obedecen al caso omiso que se hizo de sus hábitos y a la falta de previsión de sus reacciones.

3) Los métodos: Previstos los futuros comportamientos, habrá que determinar las técnicas más adecuadas o los medios mejor aconsejables para promover en la población la receptividad o asimilación de las nuevas formas de vida y el aprovechamiento máximo de las inversiones presupuestadas.

El sociólogo en esta parte tendrá que establecer los programas de educación, información y vulgarización a llevar al cabo en el medio conocido. Las áreas que abarque serán de acuerdo con los requerimientos: Zona rural y campesinado, fabril o industrial.

Se estudiarán las formas de información e intervención que mejor se adapten al mayor aprovechamiento de los ingresos entre las familias y para la colectividad, ajustando los presupuestos familiares, a fin de evitar los desperdicios o gastos injustificados. Sólo así se estimulará el ahorro: con un consumo juicioso. Cuántas veces nuestras gentes, al verse con dinero, no saben medir la utilidad de los artículos y adquieren los más costosos, cuando cualquier otro a mitad o menor precio aún, les rinde el mismo servicio. Claro que aquí vemos el mal que en tales medios hace la publicidad mercantilizada, nociva a los intereses de la comunidad.

Viene, finalmente, con base en todos los datos anteriores la fijación de un presupuesto correspondiente de gastos para el programa educativo.

De lo anterior se desprende que: el desarrollo no constituye en sí una meta que se fije o proponga, sino más bien es la resultante de un proceso dinámico de cambio social, en el cual tienen que intervenir y están comprometidos todos los hombres y todo el hombre con sus estructuras e instituciones respectivas. Ello implica un convencimiento pleno de todos y un anhelo social de cambiar, porque es necesario como única forma de seguir subsistiendo en el gran concierto de la humanidad, o de otro modo estaremos en peligro constante de perecer.

Cuán sencillo y, sin embargo, qué difícil de convencerse de que es el hombre socialmente comprendido el único ente, origen y finalidad del desarrollo y que en tanto lo habrá conseguido, en cuanto que todos los hombres y todo el hombre lo vayan disfrutando y no tan sólo unos cuantos como es nuestro caso mexicano. (12)

BIBLIOGRAFIA

A fin de que los interesados se orienten más concretamente sobre algunos puntos esbozados en esta colaboración, se creyó prudente, no tan sólo indicar la fuente, sino además reseñar muy brevemente el contenido de la obra o artículo.

(1) FROIDEVAUX P., *Pour une planification socio-economique en milieu industriel*, *Economie & Humanisme*, No. 166, 1966, pp. 52-62; publicación del Centre Economie et humanisme. Lyon, Francia.

El autor nos demuestra con base en investigaciones recientes que "a toda acción de desarrollo económico deben fijársele de antemano objetivos sociales a lograr, a fin de no parar en la pura finalidad de producción por el consumo y el lucro" como lo pretende el sistema capitalista con sus perniciosas consecuencias y desigualdades socio-económicas.

Dentro de esta misma línea pueden también consultarse con provecho los artículos siguientes;

CAZES B., "*Finalité de l'economique*", *Economie & Humanisme*, No. 158, 1965, pp. 22-36.

AUSTRUY J., *L'economiste et les civilisations*, *Economie & Humanisme*, No. 124, 1959, pp. 9-17.

(2) PIET PETERS, *Comparación Internacional de la productividad de la mano de obra y del capital*, conferencia dictada como parte del ciclo de Economía Industrial, organizado por el departamento de Economía del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, durante los días 10-11-12 y 13 de Abril de 1967.

(3) SELIER ET TIANO, *Economie du Travail*, Presses Universitaires de France, edición 1963.

El autor nos hace una exposición completa de dichas teorías y nos muestra varios métodos para llegar a medir la parte imputable al trabajo dentro del ingreso nacional. Así, también nos habla de la influencia del sindicalismo en la productividad del trabajo.

(4) SANDOVAL TRUJILLO, JUAN, *Syndicalisation et salaires horaires conventionnels dans quelques industries belges*, tesis présentée à l'Institut Supérieur du Travail de l'Université Catholique de Louvain (Bélgica). 1965.

(5) DE BIE, PIERRE, *Cours de Sociologie generale*, Université Catholique de Louvain, 1963 (Bélgica).

(6) En lo que respecta a la significación humana del trabajo y su misticismo, consúltense: VIALATOUX J., *Signification humaine du travail*, Editions Ouvrieres, París (Francia) 1962.

V. COUESNONGLE, *Signification Chretienne du Travail*, *Economie & Humanisme* No. 128, 1960, pp. 3-18.

(7) Ya MAX WEBER demostró la influencia de las ideas religiosas en el desarrollo del capitalismo.

(8) Se puede demostrar que todas las empresas florecientes en nuestro medio tienen una vena religiosa mosaica (judía) o de otra índole, claro que con algunos matices contagiados del contexto.

(9) SMELSER NEIL J., *The Sociology of economic life*, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, Third Printing 1965.

El autor nos da primero un bosquejo del desarrollo de la sociología económica; luego nos demuestra la íntima relación entre la sociología y la economía y la necesidad

de una economía más sociológica. Finalmente, nos ofrece un análisis detallado de los procesos económicos desde el punto de vista sociológico.

Esta obra acaba de aparecer en español en los manuales U T E H A, México, 1966.

Dentro de esta misma línea pueden leerse con provecho los artículos siguientes: BÍROV A., *Integration des sciences de l'homme et Sciences Sociales et devenir humain*, en *Economie & Humanisme* Nos. 114, 1958, pp. 414-422; 164, 1965, pp. 2-12 respectivamente.

OUETTRE A., *A la recherche de l'economie humaine*, en *Economie & Humanisme*, No. 120, 1959, pp. 15-24.

(10) GERVAZI, S., *Publicité et creation de besoins*, en *Economie & Humanisme*, No. 166, 1966, pp. 12-40.

Donde el autor nos demuestra la serie de abusos que causa la publicidad mercantilizada y mal dirigida en un sistema capitalista.

(11) VELLAS P., *Connaissance du milieu social et developpement economique*, en *Revue de l'Institut de Sociologie, Université Libre de Bruxelles* (Bélgica), 1964-2, pp. 239 ss.

El autor nos habla largamente con abundancia de bibliografía, de la necesidad imperiosa de conocer los medios sociales en todos sus detalles, antes de lanzarse a emprender cualquier acción de desarrollo.

(12) WEISSKOPF A., *Croissance economique et bien-être*.

ALBERTINI J. M., *La fausse croissance*. Ambos artículos en *Economie & Humanisme*, No. 163, 1965, pp. 2-15 y 16-27 respectivamente. Los autores nos demuestran en lo que consiste el desarrollo económico y cómo el desarrollo debe traducirse en bienestar social para todo el hombre y para todos los hombres. Porque si engendra mayores desigualdades tal como nos dice PAULO VI en su última encíclica: *Populorum Progressio*, "en que los ricos se hacen más ricos y los pobres más pobres", entonces se trata de un falso crecimiento, a base de la explotación.

SOCIOLOGIA DEL ARTE

DRA. ANGELES MENDIETA ALATORRE
Academia Mexicana de Sociología

Contenido. Estudios sobre sociología del arte.-Didáctica de la materia.-Proyecto para elaborar un programa de enseñanza. a) Finalidades y definiciones b) Temas de estudio c) Lecturas.

ESTUDIOS SOBRE SOCIOLOGÍA DEL ARTE

EN LA ANTIGÜEDAD, EL ARTE cumplía una función social, no fue creado con fines estéticos. En nuestros días, el arte vuelve a estar cargado de mensajes sociales, pero sus símbolos esotéricos, las corrientes espirituales de influencia, los conflictos humanos que conmueven al artista y las reacciones de los grupos, hacen necesaria una revisión bajo nuevas luces para comprender e interpretar este fenómeno cultural con todos sus disímolos aspectos, tarea que en gran parte, compete a la sociología del arte.

El estudio debe fincar su arraigo en la historia de la cultura, interpretada por Weber como una sociología de la cultura e inserta, según él, en el campo de la misma, para confrontar la historia y el presente y para que aquella y ésta se iluminen recíprocamente. Es la cultura el producto más precioso del hombre, y el arte, la forma que parece reflejar con mayor acierto, la fisonomía particular de los pueblos. Tal circunstancia se debe, quizá, a la particular intuición de los artistas para ofrecer y crear una imagen de aquello que más los conmueve e impresiona. Sus obras, elaboradas según sus particulares inclinaciones, se insertan y nutren en las raíces profundas de su vinculación social y les permite develar en ellas, los caracteres dominantes de su grupo social al que pertenecen.

Ahora bien, la historia de la cultura como ciencia autónoma es nueva, también lo es la Sociología y más aun la sociología del arte. Pero cabe mencionar que desde un principio, la sociología consideró el fenómeno cultural