

# El humor en la pedagogía de las ciencias económicas.

## Humour in the pedagogy of economic science.

Juan Agustín Franco Martínez

*Dpto. de Estructura Económica. Área de Economía Aplicada. Universidad de Zaragoza.*

Fecha de recepción 19-05-2008. Fecha de aceptación 21-04-2009.

### Resumen

*Este artículo propone un nuevo marco metodológico basado en el humor para el análisis de la Economía como ciencia y como realidad cotidiana. El programa de análisis metodológico propuesto cubre diversos aspectos de la pedagogía y didáctica de las Ciencias Económicas en Secundaria y en Universidad, que van desde la historia de esta disciplina hasta el análisis de la publicidad y sus efectos sobre el consumo, pasando por el estudio crítico de las teorías neoliberales sobre la globalización económica. Los principales recursos humorísticos empleados son dos, la parodia y la ironía, ambos son aplicados como instrumentos críticos de análisis científico.*

**Palabras Clave:** *Humor, Economía, Pedagogía, Didáctica.*

### Summary

*This paper proposes a new methodological framework based on humour for the analysis of the Economy as a science and as a day to day reality. The programme of methodological analysis proposed covers diverse aspects of the pedagogy and didactic of Economic Science in secondary school and at university, ranging from the history of the discipline to the analysis of advertising and its effects on consumption, covering the critical study of neoliberal theories on economic globalisation. The principal humorous resources used are parody and irony where each is applied as a critical instrument of scientific analysis.*

**Key Words:** *humour, economics, pedagogy, didactic.*

### 1. Introducción.

Este artículo propone un nuevo marco metodológico basado en el humor para el análisis de la Economía como ciencia y como realidad cotidiana. El factor

clave para el desarrollo de los diferentes objetos de análisis ha sido la creatividad y la imaginación (Medina, 2007), porque el buen humor y la alegría de la risa “generan satisfacción, eliminan la ansiedad, aumentan la autoestima, aligeran el espí-

ritu, estimulan la imaginación, aclaran nuestra percepción y disminuyen nuestras preocupaciones y miedos” (Jiménez y Fernández, 2006, 442). El programa de análisis metodológico propuesto cubre diversos aspectos de la Economía, que van desde los orígenes de la Economía como ciencia hasta su pedagogía y didáctica escolar, pasando por el estudio crítico de las teorías neoliberales sobre la globalización económica. Los principales recursos humorísticos empleados son dos, la parodia, a través del recurso estilístico de la paráfrasis, y la ironía. Ambos son aplicados como instrumentos críticos de análisis científico riguroso, utilizando como recursos didácticos viñetas de humor gráfico. En este sentido, merecen destacarse las aportaciones humorísticas realizadas por las corrientes económicas heterodoxas, desde el marxismo hasta el ecologismo (Marx, 1977; Sraffa, 1923; Robinson, 1961; Georgescu-Roegen, 1971; Vaneekhaute, 2003; Guerrien, 2006).

En términos generales puede definirse el sentido del humor como la facultad de captar y manifestar lo cómico y lo discretamente ridículo (Martínez del Pozo, 2004). Aceptándose que el mayor signo de madurez es reírse de uno mismo. Así, todo proceso humorístico implica una síntesis de reflexión y emoción, de ahí que pueda afirmarse que los saberes y conocimientos que sólo implican a uno de los dos, o bien sólo reflexión o bien sólo emoción, representan una falsa sabiduría. Múltiples manifestaciones hay del humor: la ironía, el sarcasmo, la sátira, la parodia, el chiste, la caricatura, lo grotesco, el juego de palabras, etc. En esta investigación la paráfrasis es utilizada

como instrumento para parodiar una realidad concreta, poniendo en evidencia contrastes que caracterizan el proceso de globalización económica. Mientras que la ironía se emplea más como herramienta de análisis crítico de los fundamentos y resultados del sistema económico neoliberal.

Las buenas propiedades psicológicas de la alegría y el buen humor han sido estudiadas por los expertos, así como los efectos de su ausencia sobre la educación en los países occidentales. “La medicina de la risa no es un fenómeno nuevo, sino que sus propiedades curativas al igual que la felicidad y la alegría aparecen reflejadas en innumerables ocasiones en los libros sagrados del cristianismo, judaísmo, hinduismo, islamismo, sikhismo y taoísmo. Los antropólogos han descubierto indicios de la presencia de la medicina de la risa en las culturas más remotas. Sin embargo, con honrosas y pocas excepciones, nuestra cultura no promueve la alegría. Incluso en psicología hemos tenido que esperar las aportaciones de determinados autores y la consideración de las emociones positivas. En la historia de la educación occidental, parece que se constata que el humor raramente se practicaba, exceptuando algunos casos. No hay constancia del humor como recurso didáctico. Alguna de las razones están en la exigencia y la autoridad del profesor y el descrédito que éste podría padecer si hacía uso de este instrumento” (Jiménez y Fernández, 2006: 442-443). Afortunadamente la situación está cambiando y están aumentando los trabajos que destacan la importancia del humor y sus manifestaciones en el proceso educativo (Martínez del

Pozo, 2004; Díaz, 2005; Lucas, 2005; Jiménez y Fernández, 2006).

La importancia de una buena pedagogía de las Ciencias Económicas no es anecdótica. He aquí un ejemplo aparecido en la prensa de las protestas de alumnos franceses: “Más de 1.000 estudiantes de la carrera de Ciencias Económicas de diversos centros de París, como la Sorbona, han hecho público un manifiesto contra “la enseñanza de una economía imaginaria, demasiado alejada de la realidad”. Estos alumnos han recibido el apoyo de los de otras universidades galas -Orleans, Grenoble, Rennes, Marsella y Clermont-Ferrand- y europeas -Barcelona, Hamburgo, Londres y Florencia-. Los firmantes del texto, respaldado por 150 profesores, presentarán en diciembre varias propuestas alternativas” (El País, 27 de noviembre de 2000).

En consecuencia, en este estudio los tres temas principales en los que se desarrolla la aplicación de esta metodología con fines didácticos y basada en el humor son los siguientes:

- Primer nivel: Marketing, publicidad y consumo. Análisis irónico del contraste entre diversos fenómenos de la globalización económica mediante viñetas de humor gráfico.

- Segundo nivel: Estudio crítico e irónico del sistema económico neoliberal mediante paráfrasis de la oración cristiana del Padrenuestro.

- Tercer nivel: Análisis humorístico de los orígenes de la economía mediante parodia de las aventuras de Don Quijote (Cervantes, 1492).

Estos temas se proponen como transversales al estudio de todas las cuestio-

nes económicas que pueden ser abordadas en el aula, particularmente en las asignaturas de “Introducción a la Economía” y las relativas a los temas de marketing y organización de empresas. Sin olvidarnos de su necesario carácter troncal en la enseñanza de las asignaturas eminentemente más cuantitativas: matemáticas, estadística y econometría. Ya que es a estas tres materias a las cuales van ligados los mayores cuadros de estrés y ansiedad entre los alumnos (Batañero, 2000; Estrada, 2001; Carmona, 2004; Barraza, 2007).

La metodología científica clásica aplicada a la ciencia económica se deriva del método científico cartesiano (Descartes, 1637; Bunge, 1982; Blaug, 1992), siendo así que la metodología de la ciencia económica cada vez se ha ido alejando más y más de los enfoques humorísticos, sólo aplicados ocasionalmente por aquellos estudiosos y economistas más heterodoxos. Ya desde sus orígenes la economía es considerada como la “dismal science” porque legitimaba científicamente la ideología individualista del capitalismo (Carlyle, 1847). Y de una forma más gráfica y humorística recogen esta idea las Imágenes nº 1 y nº 2.

En la actualidad la Economía es considerada entre las ciencias sociales más importantes por haberse dotado de los instrumentos matemáticos más sofisticados, siendo la Econometría la subdisciplina de mayor prestigio en la profesión. Sin embargo, los enfoques humorísticos han sido desterrados de la investigación económica, pese a que muchos de los argumentos económicos “más serios” son de risa (Guerrien, 2006). Se ha sacrificado el rigor científico del humor a favor

del rigor científico de las matemáticas (Roepke, 1960; Blaug, 1998). Pero, como se verá más adelante, no es el humor lo único que ha ido perdiendo la Econo-

mía a lo largo de su historia. También se ha producido un distanciamiento de la ética y del medioambiente.

Imagen n° 1



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada "Consume hasta morir"

Imagen nº 2



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada “Consume hasta morir”.

Concretamente, con respecto al primer tema de análisis, marketing y consumo, la bibliografía relevante no la encontraremos en los principales manuales de Economía, pese a que importantes estudiosos han investigado las motivaciones psicológicas del consumo y su relación con el marketing (Veblen, 1899; Galbraith, 1958; Ramos, 2003). Con respecto al segundo tema, análisis de los sistemas económicos, las referencias principales proceden de las corrientes heterodoxas de la economía: marxista, rraffiana, feminista, ecológica, etc. (Barceló, 1998; Etzezarreta, 2004). Y con respecto al último tema, los orígenes de la ciencia económica, la bibliografía básica consultada se refiere al estudio histórico de las causas de la separación entre economía y ética (Stigler, 1982; Sen, 1997), así como su relación con valores morales como la solidaridad y los Derechos Humanos

(Franco y Almeida, 1999).

Para cada uno de los tres niveles indicados se realiza una propuesta de aplicación práctica en el aula (tanto de Secundaria como de Universidad), con el siguiente esquema general (Tabla 1), que se adaptará en cada caso a las características de los alumnos y objetivos específicos perseguidos, una vez definidos los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales de una unidad didáctica de Economía. Los recursos didácticos que se pueden utilizar son múltiples, imágenes, vídeos, música, texto. Lo importante es motivar y provocar en los alumnos la reflexión sobre un tema típico en Economía, suscitando un estudio profundo de la materia en todos sus contenidos, ampliando la comprensión de los mismos, apoyándose cuando sea necesario en recursos y actividades académicas clásicas.

Tabla 1. Esquema general de desarrollo de una unidad didáctica de economía con enfoque humorístico

<b>ELEMENTOS</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Objetivos de la unidad didáctica</b>	Definir la meta general y subobjetivos específicos perseguidos.
<b>Contenidos</b>	Definir los conceptos, procedimientos y actitudes.
<b>Recursos didácticos</b>	Seleccionar una imagen gráfica, vídeo, texto o canción con un claro carácter humorístico.
<b>Actividad</b>	Definir la actividad y su intencionalidad.
<b>Desarrollo de la actividad</b>	Individual, en grupos, debate, etc.
<b>Tiempo</b>	Determinar los tiempos de trabajo en el aula y fuera de ella.
<b>Evaluación del aprendizaje</b>	Mediante un test, redacción, etc.
<b>Evaluación de la enseñanza</b>	A través del feed-back con los alumnos y otros profesores.

## 2.- Marketing, publicidad, consumo y consumismo.

Múltiples ventajas se asocian a la pedagogía del humor, entre las cuales cabe destacar las siguientes: Estimular el humor refuerza positivamente las emociones, flexibiliza los mecanismos psicológicos de defensa y ayuda a integrar las realidades más duras, favorece la salud mental, física, afectiva y psíquica. El arte de reírse de uno mismo da libertad, potencia la autoestima y las habilidades sociales. El humor da optimismo y ayuda a cambiar y ampliar las perspectivas. En la pedagogía del humor en Economía se exige que el educador no sea un transmisor de conocimientos y fórmulas matemáticas, sino fundamentalmente el que estimula al otro a descubrir la verdad por sí mismo (Martínez del Pozo, 2004). A nivel didáctico es posible el análisis

científico riguroso con un enfoque humorístico de los anuncios publicitarios mediante las técnicas de “contrapublicidad”. Un ejemplo interesante de recurso didáctico que puede encontrarse en Internet es la página web “Consume hasta morir” de Ecologistas en Acción sobre los excesos de la sociedad consumista, desde una perspectiva crítica e irónica. Otro recurso es la página web de Econolandia, donde se aloja una serie de viñetas de humor gráficos relacionadas con diversos aspectos de la Economía y realizadas por conocidos humoristas como Forges, Máximo, Chumy Chúmez, etc.

### *Recursos didácticos:*

Web de Ecologistas en Acción:  
[www.consumehastamorir.com](http://www.consumehastamorir.com)

Web de Econolandia:  
[http://www.econolandia.es/economia\\_humor/economia\\_humor.asp#](http://www.econolandia.es/economia_humor/economia_humor.asp#)

En estas páginas web pueden encontrarse multitud de imágenes y vídeos de carácter humorístico y con un claro sentido crítico. Incluso hay materiales específicos elaborados para alumnos de Secundaria, particularmente sobre la influencia de la publicidad, que motivan al estudio y activan la imaginación de los

estudiantes. Como ejemplo, se proponen las imágenes 3 y 4, con el propósito de reflexionar acerca de la mercantilización de las relaciones personales, en general, y de los sentimientos, en particular, y su relación con la satisfacción de las necesidades humanas (objetivo primigenio y fundamental de la Economía).

Imagen nº 3



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada “Consume hasta morir”

Imagen n° 4



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada “Consume hasta morir”

### 3.- 3.1.- Análisis de sistemas económicos.

El sistema económico neoliberal puede ser calificado como una religión, como un sistema de creencias. La crítica sobre el estatus científico de la economía es particularmente viva entre las corrientes heterodoxas de la misma (Etxezarreta, 2004). Desde un punto de vista filosófico idealista, toda concepción del mundo que se institucionaliza bajo la forma de una moral o norma de vida es una religión. “Las religiones, en el sentido confesional del término, son también “religiones”, pero “mitológicas”, y consiguientemente, en un cierto sentido, “inferiores”, primitivas, correspondientes casi a una infancia histórica del género humano” (Gramsci, 1932: 633). Polanyi (1944) también califica de religioso el

fervor suscitado por el mercado y su mano invisible. Joan Robinson calificó en 1969 a la economía como una rama de la teología debido a la obstinación de la mayoría de los economistas en adaptar la realidad a la teoría neoclásica, abandonando así los aires reformadores del keynesianismo (Etxezarreta, 2004). Naredo (1996) califica el proceder de la economía más orientado por el método alquimista que por el científico ya que se interpreta la realidad mediante una aplicación obstinada de los mismos enfoques (neoclásicos) a cualquier problema, aunque se haya demostrado empíricamente su invalidez (Etxezarreta, 2004: 58). Más recientemente, otros autores han calificado también de religiosa la peculiar actividad de la ciencia económica y los economistas (Nadal, 2001).

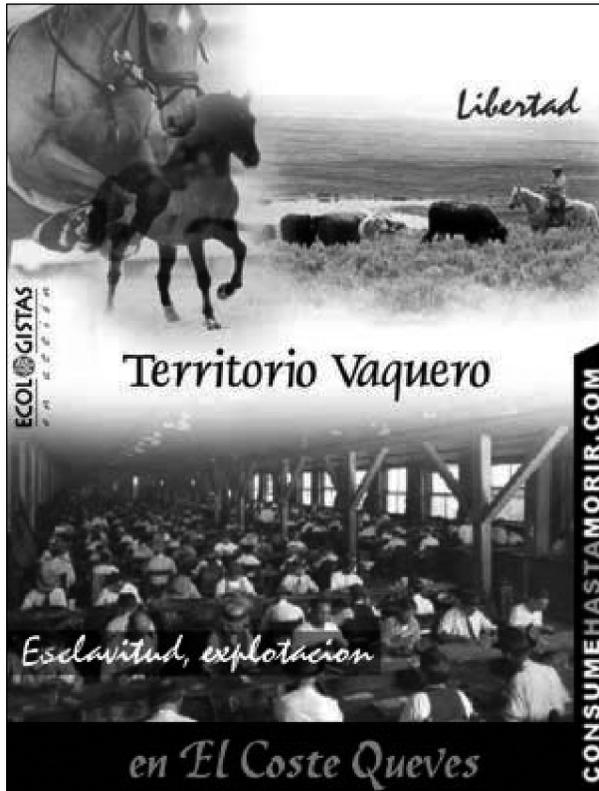
*Recursos didácticos:*

Como recursos didácticos para posibles actividades a desarrollar en el aula se proponen el texto siguiente y las imágenes 5 y 6, con el propósito de reflexionar sobre las consecuencias estructurales y cotidianas de la globalización económica.

**Texto n° 1:** “Economía nuestra que estás en los Mercados, cotizadas sean tus

acciones democráticas, venga a nosotros tu Capital, hágase la Reforma Agraria así en el Norte como en el Sur. Danos hoy nuestra dosis de publicidad de cada día. Condonar nuestra Deuda Externa como nosotros perdonamos la Deuda Ecológica a los desarrollados. No nos dejes caer en la recesión económica y líbranos de la multinacional. Amen la soberanía alimentaria”. (Fuente: Elaboración propia).

Imagen n° 5



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada “Consume hasta morir”

Imagen n° 6



Fuente: Web de Ecologistas en Acción titulada “Consume hasta morir”

#### 4.- Historia de la Economía como Ciencia.

Stigler (1982) justifica la separación entre economía y ética por el carácter complejo y subjetivo de esta última frente a una supuesta precisión y objetividad de la primera. Así estudia algunas cuestiones éticas relacionadas con la eficiencia, la equidad, la competencia, la productividad marginal y la teoría de la utilidad, utilizando la historia económica como instrumento de investigación. Sen (1997) analiza el divorcio entre Economía y Ética, y cómo esta separación no tiene fundamento en la obra clásica de Adam Smith, más bien al contrario, “La

riqueza de las naciones” (Smith, 1776) no puede entenderse sin “La teoría de los sentimientos morales” (Smith, 1797).

A continuación se realiza una propuesta basada en la parodia sobre los orígenes de la Economía como ciencia mediante una paráfrasis de las aventuras de Don Quijote (Texto n° 2). Esta parodia supone además una síntesis de los aspectos tratados anteriormente. Se combinan los temas clásicos generales de crítica al sistema económico, junto con los particulares relativos al consumismo como símbolo del orden económico mundial. El texto propuesto está más orientado a alumnos de últimos cursos de carrera,

con conocimientos básicos de historia del pensamiento económico. Resulta útil, no sólo para “jugar” a identificar el papel que han jugado en la historia de las ideas y de la ciencia los economistas y sus diferentes escuelas y corrientes, sino también para imaginar enfoques y visiones alternativas a las habituales que contribuyan a la interiorización y mejor comprensión de conceptos fundamenta-

les en Economía, como son la propiedad privada, la libertad del individuo, las instituciones sociales, el mercado, etc. De esta forma no sólo se contribuye al aprendizaje individual, sino que se favorecen las interacciones en la búsqueda de soluciones a problemas económicos aún no resueltos entre los propios humanos y en su relación con el medioambiente.

Recurso didáctico:  
Texto nº 2

En un lugar de La Vaticancha de cuyo nombre no quiero acordarme residía tiempo ha un hidalgo caballero, de los de pluma en el tintero, el de la mano invisible, porque era manco, Don Smithote de La Vaticancha, acompañado siempre por su leal escudero Carleho Marxza. “Amigo Carleho, -solíale decir su señor-, amigo Carleho, no es opio para el pueblo la Economía, pues sólo una Ciencia es, pues necesario deviene que el objetivo del Poder sea a cuantos más posible satisfacer, y en ello la Ciencia habría de convertirse en su aliado principal”. Y respondíale el fiel guerrero: “Nombra vee sa merced poderosos gigantes”. Y replicábale Don Smithote: “Andemos, pues, amigo Carleho, en su búsqueda, pues no ha de permitir caballero alguno que la degradación de esos titanes mancille ni un pelo de su bella Democracia, que los afanes de mi corazón dan por buenas todas las penurias si en la noche retorna mi esperanza a la paz de los labios y abrazos de mi amada Ciudadanía del Contencioso”. Y de nuevo inquiríale presuroso su buen amigo: “Mi señor, mas ¿dónde está ese lugar de la Ciudadanía? Pues si allí residen esos colosos, aquel lugar habrá que conquistar, digo yo”. A lo que respondíale su maestro: “Bien decís, amigo Carleho, y entiendo la preocupación que corroe tu orgullo de fiel guerrero, pues has de saber que tú gobernarás allí, en la Insula de la Inmobiliaria”.

Y en estos menesteres andaban ambos, caballero y escudero, cuando un joven apresurado les abordó por sorpresa, asu stando al borrico de Carleho Marxza. “Sooo, Materialismo Histórico, tranquilo”. Apaciguó Carleho a su bestia. Mientras que en un arranque de ira Don Smithote empuñó su espada de fino hierro paretiano y a sestóle al zagal un mandoble que cortó el aire en dos der ribando de su brioso corcel Utilidad al aguerrido y enjuto caballero contra el suelo que ardía inmisericorde por mor de un radiante sol de pleno empleo. “¡Disculpen vuestras mercedes!”. Rogó el muchacho con a zoramiento y rostro compungido por e l estropicio ocurrido. Carleho ayudó a su señor a incorporarse, mientras éste lanzaba sordos improperios y se dolía del golpetazo y alejaba a zarpazos la oferta que le tendía el joven para levantarse. “Vos parecéis la implacable sierra del Crecimiento Económico”. Le injurió Carleho. “Peor aún, -replicó Don Smithote-, parece adalid de los nuevos tiempos donde se adora con devoción los movimientos obscenos y financieros de la sagrada Especulación”.

“No me cabe duda, es la religión dominante en estos dominios, la que se enseña en las catedrales del consumo. Yo soy uno de sus monaguillos, uno de tantos licenciados en la susodicha Ciencia Económica. La doctrina y los dogmas neoliberales constituyen el centro de la fe y esperanza de los fieles consumidores, los que comulgan a diario con la moneda y el alquitrán del Individualismo, elegidos para ser apóstoles en la misión de enseñar a los subdesarrollados el mensaje del Estado del Bienestar”. Atestiguó el joven incauto. “¿Cómo osáis, imberbe?” Espetó furioso Don Smithote, esbozando enseguida una leve sonrisa de complacencia. “Ves, amigo Carleho, otro de tus fantasmas alienados, ¿a dónde vamos a llegar?” Y el joven balbució con la respiración entrecortada y echando a correr de nuevo: “Les ruego me perdonen, llego tarde a la Revolución”. “¡Detente!” Gritó imperativo Don Smithote. “¿Dónde crees que vas? Explicadnos de inmediato qué ocurre, ¿por qué esa premura?, ¿qué nos estamos perdiendo?, ¿cómo os llamáis?” “Me llamo Piero. Y al otro lado del río Revolución está ocurriendo la mayor catástrofe jamás imaginada, ni siquiera las peor es predicciones de Malthus El Negro hubiesen augurado semejantera panorama. ¡El evangelio apócrifo del Mercado ha sido descubierto por unos pastorcillos de la zona! Cuando llegaron a su destino, apenas podían creer lo que estaban viendo, en la orilla derecha de la Revolución había unos pocos clérigos con birretes, y en la otra orilla se agolpaban millones de fieles, arrodillados, clamando piedad, ofreciendo sus vidas en sacrificio si les dejaban cruzar al otro lado. Los líderes del mundo proclamaron la buena noticia: “Bienaventurados los consumidores porque de ellos es el Mercado perfecto. Bienaventurados los que tienen expectativas racionales porque del Mercado recibirán en herencia la capa de ozono, el desierto, la lluvia ácida... Bienaventurados los países subdesarrollados porque el Mercado les hará ser países emergentes. Bienaventurados los que tienen hambre y sed de dinero porque el Mercado les enriquecerá. Bienaventurados los acreedores porque el Mercado les proveyerá deudores. Bienaventurados los que especulan en Bolsa porque ellos verán la Información Perfecta. Bienaventurados los que trabajan fuera de su país por causa del Mercado, porque ellos serán inmigrantes o futbolistas. Bienaventurados los perseguidos a causa de la evasión fiscal porque de ellos son los Paraísos Fiscales”.

## **5.- Conclusiones.**

El sentido del humor en las Ciencias Económicas ha estado ausente en el enfoque ortodoxo, particularmente a partir de la separación entre Economía y Ética, entre Economía y Política, como señalan los trabajos del Nobel Amartya Sen. Profundizándose esta división con el distanciamiento entre Economía y Medioambiente, ahora en fase de reconciliación. En definitiva, históricamente se ha producido un alejamiento de la investigación económica de su objetivo original, responder eficientemente a la satisfacción de las necesidades humanas. Sirviéndose esta disciplina de las Matemáticas para dotarse del supuesto rigor científico que dan las fórmulas y del que carecía en sus orígenes. No se pueden explicar de otra forma los irreconciliables logros macroeconómicos con la creciente Brecha Norte-Sur y los perniciosos efectos de la globalización económica sobre los pueblos excluidos del sistema. Los enfoques heterodoxos han sido más prolijos en señalar con ironía y críticamente los defectos de las teorías económicas defensoras del mercado como la mejor institución para la asignación de los recursos. Se hace necesario, pues, recuperar el humor en la Economía para devolver a la persona al centro de la investigación económica. Algunas implicaciones pedagógicas interesantes desde la perspectiva humorística se refieren, en general, al riguroso análisis humorístico de las teorías económicas, y en concreto, al estudio de la publicidad desde un punto de vista socialmente responsable.

En este artículo se ha propuesto una nueva metodología de análisis riguroso

de la Economía como ciencia mediante el uso de recursos didácticos con un marcado carácter humorístico, ya sea a través de viñetas de humor, imágenes, vídeos o canciones. Así se ha observado que a lo largo de la historia la Economía ha ido perdiendo el sentido del humor, la ética, el medioambiente, las emociones humanas y se ha rodeado de un halo de cientifismo gracias al desarrollo de las matemáticas aplicadas a problemas económicos. Alejándose así cada vez más de la realidad que pretendía estudiar. Por tanto, la forma de recuperar el enfoque humorístico en la economía pasa por la recuperación de la visión crítica e irónica de las corrientes heterodoxas (marxismo, feminismo, ecologismo, etc.). Tres aspectos interrelacionados entre sí han sido propuestos como modelos para el desarrollo pedagógico y aplicación de una metodología didáctica en las Ciencias Económicas basada en el humor: el marketing, la globalización y la teoría económica.

Las ventajas de la metodología humorística aplicada al proceso de enseñanza-aprendizaje de la Economía radican en su capacidad para desenmascarar las falsedades e indagar con eficiencia en la búsqueda de la verdad, ayudando a los estudiantes de Secundaria y de Universidad en la formación de una conciencia crítica ante los problemas económicos de nuestro mundo, e impulsando un ejercicio colectivo de construcción social que minimice el efecto de la concienciación de nuestra participación en las estructuras de injusticia económica que destruyen el planeta y esquilman el futuro de media humanidad, yendo más allá de la “mala conciencia” que nos lleva a orga-

nizar telemaratones solidarios, y nos hagan colaborar con buen humor en el diseño de auténticas instituciones más beneficiosas para todos.

Futuras investigaciones son necesarias donde se analicen los resultados de experiencias pilotos en fase de desarrollo entre los alumnos de Estadística I y II de las Licenciaturas de Economía y de Administración y Dirección de Empresas de

la Universidad de Zaragoza. Así como la elaboración a través de Internet de algún foro específico permanente donde se alojen los materiales y recursos propuestos en este trabajo, facilitando de este modo la participación activa de los alumnos en su propio proceso de aprendizaje, en consonancia con los objetivos últimos del Plan de Bolonia y futuro Espacio Europeo de Educación Superior.

### **Referencias bibliográficas.**

- BARCELÓ, A. *Economía política radical*. Madrid: Síntesis. 1998.
- BARRAZA, A. "Estrés académico: estado de la cuestión". *Revista Electrónica de Psicología Científica* 2007, p. 1-13
- BATANERO, C. "Controversies around the role of statistical tests in experimental research". *Mathematical Thinking and Learning* . 2000, n.2 p. 75-97.
- BLAUG, M. *Methodology of economics*. Cambridge: Cambridge University Press. 1992.
- BLAUG, M. Disturbing Currents in Modern Economics. *Challenge*, mayo-junio. Armonk, Reino Unido. 1998. Disponible en [www.autisme-economie.org](http://www.autisme-economie.org)
- CAPLAN, B. "Stigler-Becker versus Myers-Briggs: Why Preference-Based Explanations are scientifically meaningful and empirically important". Virginia: George Mason University Press. 2001.
- CARLYLE, T. *Past and Present*. London: Chapman and Hall. 1847.
- CARMONA, J. "Una revisión de las evidencias de fiabilidad y validez de los cuestionarios de actitudes y ansiedad hacia la Estadística". *Statistics Education Research Journal*. 2004, n 3(1), p. 5-28.
- CERVANTES, M. *El ingenioso hidalgo Don Quijote de La Mancha*. 1492.
- DESCARTES, R. *El Discurso del Método*. París: Garnier Hermanos. (1905) [1637].
- DÍAZ, J. "Comelibros: especulaciones sobre la lectura". *Campo Abierto*. 2005, N. 28, P. 27-37.
- ESTRADA, A. "Actitudes hacia la estadística e instrumentos de evaluación". Comunicación presentada a las Jornadas Europeas de Estadística: La Enseñanza y la Difusión de la Estadística. Palma de Mallorca, España. 2001. Disponible en [http://www.caib.es/ibae/esdeveniment/jornades\\_10\\_01/doc/estadistica.doc](http://www.caib.es/ibae/esdeveniment/jornades_10_01/doc/estadistica.doc)
- ETXEZARRETA, M. *Crítica a la economía ortodoxa*. Barcelona: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona. 2004.
- FRANCO, J.A. y ALMEIDA, F. Un nuevo enfoque económico: la economía sin fronteras frente a la economía global. *Congreso Universitario Internacional Univ '99*. Sevilla. 1999.

- GALBRAITH, J.K. *The affluent society*. New York: New American Library. (1984) [1958].
- GEORGESCU-ROEGEN, N. *The entropy law and the economic process*. Cambridge and London: Harvard University Press. 1971.
- GRAMSCI, A. Carta a Tatiana Schucht de 06/06/1932. En Caprioglio, Sergio y Elsa Fubini (ed.) 1965 *Lettere dal Carcere, 1932*. p. 632-633. Turín: Einaudi.
- GUERRIEN B. ¿Podemos conservar algo de la teoría neoclásica? *X Jornadas de Economía Crítica*. Barcelona. 2006.
- GUILLÉN, M. Hacia una revisión crítica del análisis neoclásico del consumo: una alternativa basada en las necesidades. *Revista de Economía Crítica*, 2003. n. 1 p. 95-111.
- JIMÉNEZ, E. y FERNÁNDEZ, G. “Humor y creatividad: una experiencia educativa”. En BACAICOA, F.; URIARTE, J. y AMEZ, A. *Psicología del desarrollo y desarrollo social*. Bilbao: Edita PSICOEX. 2006. p 441-449.
- LUCAS, J.M. “Desarrollo de la inteligencia emocional como apoyo a la integración escolar”. *Campo Abierto*. 2005, n. 28, p. 81-95.
- MARTÍNEZ DEL POZO, M.A. El sentido del humor en la pedagogía y escritos de Tomás Morales. Congreso Internacional Profeta de nuestro Tiempo. Madrid. 2004.
- MARX, K. *Líneas fundamentales de la crítica de la economía política (Grundrisse)*. Barcelona: Editorial Crítica. 1977.
- MEDINA, A. *Ideas para tener ideas*. Madrid: Pearson Prentice Hall. 2007.
- NADAL, G. ¿Por qué esa ruptura entre la investigación económica actual y la formación de las políticas económicas? El papel de los economistas como sacerdotes, ingenieros o activistas desde una perspectiva radical. Working Paper. Islas Baleares: Islas Baleares University Press. 2001.
- POLANYI, K. *The great transformation*. New York: Penguin Books. 1944.
- RAMOS, J.L. “La cuestión de las necesidades en el pensamiento económico”. *IX Jornadas de Economía Crítica*. Madrid. 2004.
- ROBINSON, J. Prelude to a Critique of Economic Theory. *Oxford Economic Papers* . 1961. n. 13(Feb), p. 53-58.
- ROEPKE, W. *A Humane Economy. The Social Framework of the Free Market*. Chicago: Henry Regenery. (1960) [1958].
- SEN, A. *Sobre ética y economía*. Madrid: Alianza Editorial. 1997.
- SMITH, A. *The Theory of Moral Sentiments*. Dublín: Beatty and Jackson. 1797.
- SMITH, A. *Indagación acerca de la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*. Madrid: Aguilar. (1961) [1776].
- SRAFFA, P. (1923). *Opinioni. La Rivoluzione Liberale (Turín)*, 16/10/1923 . año 2, n. 31, p. 128.
- SRAFFA, P. *Production of commodities by means of commodities: Prelude to a critique of economic theory*. Cambridge: Cambridge University Press.1960.
- STIGLER, G.J. *The Economist as Preacher*. Chicago: The University of Chicago Press. 1982.

VANEECKHAUTE H. “Universal Declaration of Capital Rights”. Editorial Rebelión. 2003.  
Disponible en [www.rebellion.org](http://www.rebellion.org)

VEBLEN, T. *The Theory of the leisure class*. New York: Penguin Books. (1994) [1899].

Web de Ecologistas en Acción: [www.consumehastamorir.com](http://www.consumehastamorir.com)

Web de Econolandia: [http://www.econolandia.es/economia\\_humor/economia\\_humor.asp#](http://www.econolandia.es/economia_humor/economia_humor.asp#)