

Educación para el consumo: la Navidad como oportunidad

23/12/2016



Hace semanas que los por todos los medios, en los contextos más inverosímiles, a todas horas en función del perfil del público consumidor y de sus necesidades más o menos superfluas nos anuncian que llega la **Navidad**.

La Navidad y sus vacaciones plantean cada año, desde el punto de vista educativo, numerosas cuestiones que van desde el arrostrar el cambio de rutinas y de horarios a la pertinencia o no de proponer refuerzos ante los desiguales resultados de la primera evaluación, en suma, muchas dudas referentes a la planificación cotidiana, quebraderos de cabeza añadidos a los ya de por sí conflictivos encuentros de propios y extraños en torno a una mesa.

Más allá de estas tribulaciones, la **Navidad ofrece de forma singular oportunidades para la reflexión y la formación** en aspectos tan significativos como el de la **educación para el consumo** y el fomento de una actitud crítica hacia él.

Estas fiestas propician un contexto privilegiado para la formación de todo el mundo pero, muy en especial, para las **nuevas generaciones, nativas consumidoras** y, sin embargo, precisadas de competencias vinculadas a la economía personal, a la seguridad y el criterio así como

al conocimiento de derechos y deberes como consumidores y consumidoras.

La educación en el consumo, aun sirviendo de coyuntura ideal de colaboración entre docentes y entre el profesorado y las familias, se ve aquejada por **las limitaciones de todo lo teñido de transversalidad** y la consiguiente desaparición de objetivos y contenidos en cuanto se pretenden casar con responsabilidades y responsables concretos. Un abandono incongruente con su **importancia en la sostenibilidad de nuestro mundo** desde el punto de vista medioambiental y sus implicaciones. Tal vez cuando las crisis energéticas y de recursos naturales sean más acuciantes, nos preguntaremos cómo hemos llegado a una situación insostenible o cómo (no) se le ha puesto freno desde la escuela (en lo que le toca, por supuesto). Será tarde.

La pretensión de que solo el esfuerzo en el plano educativo llegue a contrarrestar la vorágine consumidora patrocinada desde otros muchos ámbitos, y desde aquel también, puede parecer vana. Los ejemplos de dicho empeño pueden tildarse, a menudo, de poco operativos, de demasiado localizados, anecdóticos o intrascendentes. Sin embargo, esta **tarea resulta imperativa**. Así lo

expresan iniciativas y recomendaciones internacionales (Objetivos de Desarrollo del Milenio, Estrategia Europa 2020), leyes, decretos de currículo, etc. que no se muestran ajenos a ella.

¿Cómo podemos pasar tan de puntillas sobre ellos y desvincularnos del compromiso al menos de hacer todo lo posible por educar ciudadanos y ciudadanas conscientes e inconformistas en su actuación con respecto a un elemento tan central en nuestras vidas como el consumo?

Entre el deber y la necesidad, nos urge desde casa y desde la escuela, encontrar los mejores vehículos para dejar de confundir lo transversal con lo trivial y afrontar una verdadera **alfabetización compleja y multimedia en torno al consumo** y el consumismo, sus causas y consecuencias y los modos y herramientas a través de los cuales se impone y construye relaciones de poder.

Una de las condiciones para llevar a cabo esta tarea es la **formación previa del profesorado**, tanto inicial como continua. Así mismo, una apertura de miras hacia una cultura de la **colaboración** (entre escuela y comunidad y dentro de la escuela) que permita actuar de forma conjunta, más allá de las barreras impuestas por cada disciplina.

La **aproximación competencial**, en tanto que enfoque holístico, que entiende a alumnos y alumnas como seres

integrales, e integrados en una dinámica socioeconómica, puede constituir una buena base de actuación. El fomento de proyectos interdisciplinares que hagan patente la realidad del consumo parece, desde esta perspectiva, un primer paso de un camino largo y plagado de obstáculos pero, al fin y al cabo, camino que nos desvíe de un futuro insostenible e insoportable.

Para saber más:

[Aula Libre Digital Propuestas didácticas sobre consumo responsable.](#)

[CASARES, L., y MARTÍN, M. A. \(2014\). "La Educación para el Consumo en la etapa de Educación Primaria" International Journal of Educational Research and Innovation \(IJERI\), 1, pp. 70-86.](#)

[CASTILLEJO, J. L., A. J. Colom, P. M^a Alonso Pérez-Geta, T. Rodríguez Neira, J. Sarramona, J. M. Touriñán y G. Vázquez \(2011\). "Educación para el consumo". Educación XXI. 14.1, 2011, pp. 35-58.](#)

[CEAPA \(s. f.\) Educación para el consumo](#)

[GÁMEZ SÁNCHEZ, Lorena \(2010\). Tratamiento del tema transversal del consumo en el alumnado de tercer ciclo de Educación Primaria de la provincia de Granada \(Tesis doctoral\)](#)