



Estamos viviendo en una sociedad de consumo... constantemente vemos a nuestro alrededor evidencia de esta realidad. La publicidad bombardea por todas partes, no discrimina a nadie, no importa la edad, sexo, situación socioeconómica, todos somos considerados como un consumidor potencial, que en cualquier momento puede caer. Lamentablemente para muchos, los "estilos de consumo" definen sus modos de vida, como si fueran a "ser" lo que consumen. Tristemente vemos como muchas familias en nuestro país se endeudan para adquirir bienes y aparentar o alcanzar cierto status. Pero ¿Por qué sucede esto?

La invitación de esta ficha es a reflexionar si estamos consumiendo para vivir o estamos viviendo para consumir. Ante esta realidad ¿Qué podemos hacer como docentes, como formadores de futuros ciudadanos, como educadores de consumidores potenciales?

Educar en valores en la sociedad de consumo

María Teresa Rodas Sarmiento - 2003

Relevancia del consumo hoy día

En la práctica, los seres humanos podríamos ser definidos hoy en día como consumidores de bienes de todo tipo: materiales y espirituales, reales y simbólicos, prácticos y especulativos. Ello no sólo porque las personas somos vistas como permanentes consumidores potenciales, sino porque, a la vez, estamos inmersos en un medio social de consumo del que no podemos sustraernos, al margen de si actuamos o no como consumidores. Nuestra subjetividad misma es producida en la interpelación ideológica del consumo. En este sentido, el consumo ha pasado de ser una adquisición de bienes y/o servicios, a ser un proceso sociocultural de construcción de la propia identidad mediante la apropiación y uso de los productos. En este sentido García Canclini afirma que "hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos -a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses- se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos" (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 1998, pp. 186).

Esta transformación tremenda de nuestra forma de vivir

la experimentamos en un proceso paradójico, en que por una parte nos invade una profusión de aparatos y servicios que nos facilitan y complejizan la vida cotidiana -aparatos que a menudo subutilizamos, pues traen más funciones de las que creemos que necesitamos, y servicios que nos crean necesidades que no teníamos-, y por otra parte, vemos que vamos perdiendo progresivamente nuestra calidad de vida por causa de la expansión de la racionalidad medios-fines a los diversos campos de la vida social y por la hegemonía que la economía de mercado ha alcanzado sobre las otras dimensiones de la existencia. La contaminación severa de la tierra, el agua y el aire es una muestra de ello.

En Chile, el informe del PNUD de 1998 hizo ver, respecto al consumo, que en nuestra sociedad la participación privada en los bienes y servicios condiciona de forma decisiva las formas objetivas y subjetivas de integración de las personas, y que tanto en su autoestima como en los procesos de reconocimiento y de pertenencia social, incidía fuertemente el "estilo de consumo". Nos autoafirmamos y estratificamos en relación con los objetos a que accedemos; como si creyéramos que somos lo que consumimos. Sobre todo en la clase media, muchos hogares se endeudan en el afán de alcanzar o aparentar cierto estatus.

La industria cultural, por su parte, parece organizada para divertir, para sacar a los individuos de sí mismos, consistiendo, en buena parte, en ingesta de entretención acompañada además de ingesta alimentaria.

El consumo nos cruza la vida, pero la explosión del mercado nos llegó sin preparación previa, sin conciencia clara de nuestros derechos ni de la forma de hacerlos valer, sin tradición de ejercicio de ciudadanía. Vemos la existencia de una oferta cada vez mayor y más sofisticada de bienes, de servicios e incluso de dinero; de un mercado poco transparente en la información que ofrece para la elección y de técnicas de marketing a menudo sustentadas en la manipulación. Ejemplo claro de esto es una encuesta de 1997 de la Secretaría de Comunicación y Cultura del Ministerio Secretaría General de Gobierno, la que reveló que el 85% de las personas se siente desprotegida frente a los abusos, excesos y riesgos que se producen en el consumo (en PNUD, 1998).

En síntesis, la vida que vivimos nos interpela como consumidores antes que como personas; nuestra conciencia de derechos y nuestra capacidad de hacerlos valer son insuficientes. Es natural que la sociedad mire hacia la educación y le pida que forme consumidores conscientes que consuman para vivir, sin caer en el juego enajenado de vivir para consumir; que sepan vivir en las nuevas circunstancias preservando a la vez un sentido de la vida buena.

Hoy ya tenemos una ley de los derechos del consumidor que, además de normar, tiene el significativo valor de permitir instalar en la sociedad la conciencia de derechos en este campo y favorecer así el avanzar hacia una ley más poderosa. Para que ello ocurra son precisos procesos de educación ciudadana.

La educación en valores en la sociedad de consumo.

Cabe preguntarse cómo pudo ser posible que el tema del consumo, que nos cruza toda la vida hoy en día, no haya sido directamente explicitado en la reforma curricular para la formación general del alumnado. En la reforma educacional española, por ejemplo, aparece directamente como uno de los seis temas transversales de la formación general. Tal vez haya sido por ser obvio y estar implícito en muchos de los OFT, pero lo que importa es que es un tema formativo insoslayable.

No podemos menos de ver que el consumo es un eje sustantivo de la vida actual, en torno al cual no sólo se ofrecen y compran objetos, sino también cultura, enfoques, formas de comprender y valorar, formas de disfrutar, de entender y hacer la vida en sociedad, así como también formas de enajenación y distracción.

La formación valórica de la escuela necesita asumir que éste es el mundo que vivimos y que niños y jóvenes lo viven mucho más naturalmente que nosotros, los docentes, que nos formamos cuando aún la economía de mercado no se había globalizado.

¿Y qué significa asumir en la formación valórica el hecho de que vivimos en una sociedad de consumo?

A mi entender significa, en primer lugar, comprender que la educación implica un proceso de decantación de una visión de la vida, de un esclarecimiento del propio sentir y pensar sobre preguntas como por ejemplo, cómo quiero vivir, cómo quiero con-vivir, qué es más importante para mí, cómo quiero ser, cuánto cuento conmigo mismo, cuánto puedo confiar, etc.; preguntas sobre el sentido del vivir. Preguntas clave de la formación valórica.

En segundo lugar, entender la educación también como un proceso de desarrollo de la capacidad crítica para comprender los mensajes que recibimos en su contexto; de la inteligencia emocional para mantener y acrecentar la conciencia de los deseos y las necesidades propias; de la empatía para percibir en los otros personas como nosotros, portadores de la misma dignidad humana y por tanto no convertibles en medios para nuestros fines.

No se trata de hacer un proyecto para incorporar la educación para el consumo. La institución escolar se ve inundada de diferentes proyectos pedagógicos acerca de diversos temas, que tienen al cabo la misma intención formadora con distintos contenidos, pero que a menudo no dialogan entre sí, produciéndose una pérdida de energía y un desaprovechamiento de la posibilidad de articulación pedagógica de las diferentes iniciativas. El sentido formador de todos estos proyectos tiene, a mi juicio, dos ejes que debieran vertebrar todas las iniciativas.

Un primer eje es educar en y para el amor a la vida como inspirador de la construcción de la propia identidad personal y social. Sin esta dimensión todo proceso formativo se pierde en informaciones que más enajenan que centran al sujeto en lo esencial de su propio proyecto de vida. Refiriéndonos específicamente al consumo, podríamos decir educar en el contacto consigo mismo, en el contacto con el ser interior para enfrentar la seducción.

Un segundo eje es educar en y para la conciencia y ejercicio de derechos. Refiriéndonos específicamente al consumo, diremos que una ley no basta si la ciudadanía no conoce las regulaciones que protegen sus derechos, tanto individuales como sociales, y si no ha desarrollado la capacidad de hacerlos valer y de exigir nuevos respaldos legales de sus derechos.

Referencias Bibliográficas

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 1998, Las paradojas de la modernización, Santiago, Marzo 1998, 254 págs.

Ver Preguntas para la Reflexión





PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

Preguntas dirigidas a Docentes/ Apoderados/ estudiantes:

- 1) Desde mi experiencia personal ¿qué me dice la frase “consumir para vivir o vivir para consumir”?
- 2) ¿Qué valores crees que entran en tensión en una sociedad de consumo?
- 3) ¿Por qué crees que se hace necesario educar en valores en una sociedad de consumo? (Docentes/ Apoderados)
- 4) ¿Qué habilidades se hacen necesarias desarrollar para formar ciudadanos de una sociedad de consumo?

Preguntas dirigidas a los docentes:

- 5) ¿En qué espacios de formación cotidiana puedo incluir la educación para el consumo?

Preguntas dirigidas a los Estudiantes:

- 6) ¿Qué mensaje es el que más te “tienta” a consumir?
- 7) ¿Qué te serviría a ti decirte a ti mismo para resistir a la “tentación del consumo”?
- 8) ¿Qué riesgos tiene el consumo excesivo para ti?
- 9) ¿Cuándo es para ti erróneo consumir?

Preguntas dirigidas a los Apoderados:

- 10) ¿Qué nos hace a veces acceder al consumismo de nuestros hijos?
- 11) ¿Qué alternativas que realmente interesen a nuestros hijos se nos ocurren para satisfacerlos, en lugar de comprar?



RECURSOS VALORAS UC VINCULADOS

FICHAS:

- “¿Por qué educar lo social, afectivo y ético en las escuelas?” (Mena, A, 2008).
- “Análisis de los OFT de Convivencia y Formación socioafectiva: reformulación como base para un trabajo curricular” (2008). Ficha Valoras UC.
- “Los objetivos fundamentales transversales: una oportunidad para el desarrollo humano” (Rodas, 2003).

HERRAMIENTAS:

Valoras UC ofrece herramientas para promover la reflexión en torno a las actuales necesidades de la escuela, para ser utilizados con los distintos actores del sistema educativo en la reflexión.



NOTAS