

La crisis quizá haya hecho aparecer el “No se puede” frente al “Sí, cariño” como respuesta a las expectativas y demandas de los hijos. Nunca mejor momento para incorporar el análisis de la economía familiar a las aulas, en una apuesta por un aprendizaje para la vida articulado dentro del Plan de Acción Tutorial.

LA ECONOMÍA FAMILIAR EN EL AULA (I)

ESTE MES NO LLEGAMOS

MIGUEL ÁNGEL ARCONADA

PROFESOR DE SECUNDARIA E INVESTIGADOR

Cuando su padre le dijo que no tenía dinero para comprárselo, el niño contestó sorprendido “Pues vete al cajero a por más”.

Esta anécdota real nos muestra cuán poco se habla de las limitaciones del dinero en la educación de los hijos. No pocas familias pretenden mantener la ficción de “padres conseguidores o todopoderosos” o incluso sienten angustia, cuando no vergüenza, si no pueden comprar algo que sus hijos les piden, aunque sea incluso un capricho. Otras familias y algunos centros educativos, por el contrario, creen que la mejor manera de educar con respecto al dinero es ser consciente de su disponibilidad limitada, conocer el valor y el precio de las cosas, y establecer prioridades en un gasto que debe estar al servicio del tipo de vida que cada cual desea tener.

EL CONSUMO COMO ANALGÉSICO SOCIAL

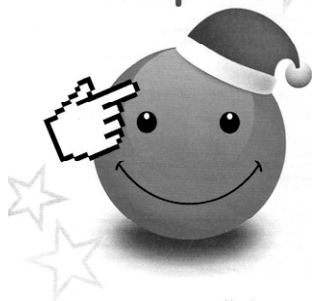
Nuestras palabras nos delatan. Esta profunda crisis ya no aparece como algo lejano sino que se ha incorporado a nuestra percepción de la vida y a nuestras propias formas verbales. Decimos “*Estamos en crisis*” para dar cuenta del verdadero alcance de la situación. Las crisis hacen aflorar nuestras verdaderas convicciones, más allá de la cotidianeidad no meditada. Cuando el dinero (e incluso el crédito) es limitado, es tiempo de revisar nuestra relación con el consumo, nuestras expectativas con respecto a la compra y a nuestra renta disponible.

Sentimos pasados irremediamente los tiempos del “*Si tienes problema, sal de compras*” y del derroche ostentoso como apuesta para subir en el ascensor social. La filosofía del “*Porque tú lo vales*”, que parecía legitimar cualquier gasto, parece que tiene su contrapeso en las limitaciones del gasto ahora evidentes. En tiempos aún cercanos, habíamos pasado de estar dispuestos a pagar

mucho por aquello que valoramos más, a valorar más aquello que más gasto nos suponía. La nueva realidad económica nos permite, afortunadamente, repensar dicha relación.

por un consumo seguro, saludable, solidario y sostenible

EN ESTAS FIESTAS compra con CRITERIO



www.compraconcritero.es

- Fíjate un presupuesto
- Haz lista de compras
- Compra sin prisas
- Lee las etiquetas
- Compara precios
- Elige juguetes adecuados
- No abuses de la tarjeta
- Conserva tus tickets
- En Internet compra en sitios seguros
- En caso de conflicto acude al Sistema Arbitral de Consumo



LA ESCUELA Y LA ECONOMÍA REAL

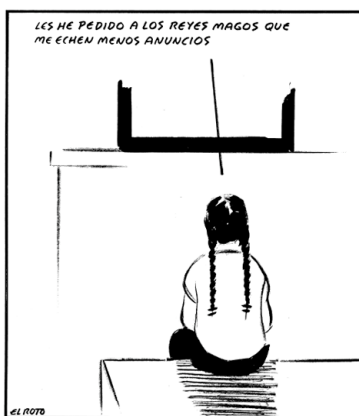
De dinero (y sus límites) casi nunca se habla en educación. Convi-
vimos en las aulas con un alumnado
adolescente especialmente tirano
sobre el presupuesto familiar, de
cuyas dificultades no se habla explí-
citamente ni en la casa ni en la
escuela. Conceptos básicos de la
Educación para el consumo (presu-
puesto, relación calidad precio, aná-
lisis comparativo, patrones de con-
sumo,...) aún no han entrado en
muchos centros educativos. En tiem-
pos de bonanza económica, incluso
algunas familias critican la educación
en valores consumeristas y reclaman
que la escuela debe sólo capacitar
para el éxito académico-laboral, que
permitirá una holgada singladura en
la cultura del consumismo.

Con la crisis, los centros que
realmente creen en una *educación
para la vida* se ven incluso reforza-
dos en su apuesta por lograr un
espacio en el que reflexionar hasta dónde llega el
dinero y para qué sirve, preámbulo necesario para la
decisión de la importancia que queremos darle en
nuestra vida. Son centros comprometidos con limitar
los riesgos de la sociedad de consumo para la forma-
ción integral de nuestro alumnado; capaces de hacer
pensar sobre cómo utilizar la renta para dotarse de la
máxima calidad de vida, desde el realismo económi-
co y el compromiso ético.

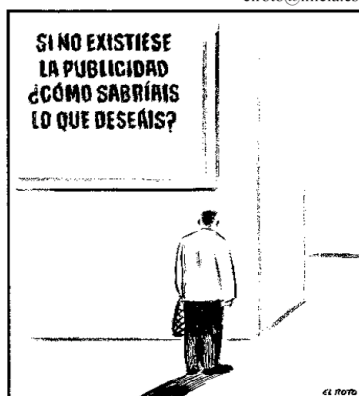
LA ENSOÑACIÓN ADOLESCENTE

En el último ciclo de Educación Primaria y en toda
la Educación Secundaria Obligatoria, el alumnado se
ve irremediamente influido por patrones de con-
sumo que le presentan asociada la personalidad, el
éxito,... a la posesión de determinados objetos. Algu-
nos de ellos se convierten en productos de consumo
obligatorio y cada nueva generación es educada para
convertirse en candidatos perfectos para introducirse
en la espiral del consumo. Poco les importa los pre-
cios, pues se pagan con munición ajena.

**“El dinero no es bueno ni malo en
sí. Es una forma de energía que
tiende a amplificar lo que somos,
para bien o para mal”
(Richard Armour).**



elroto@inicia.es



elroto@inicia.es

No pocas personas adultas man-
tienen pautas de consumo semejan-
tes, imbuidas por el *efecto demostra-
ción*, la impresentabilidad social de
algunos objetos y el prestigio de
otros. Pueden caer en los excesos
consumistas y en un nivel de endeu-
damiento peligroso pues no son
capaces de decir basta a las presun-
tas obligaciones de consumo que se
les presentan. Como sus hijos, lo
quieren todo y lo quieren ya. Lo que-
rían, porque ahora ya no es posible.
Lo saben.

PONER CIFRAS A LOS SUEÑOS

En este contexto, el alumnado
debe conocer cómo llega el dinero a
una familia y cómo ésta debe orga-
nizarse para administrarlo. Debe
saber cuantificar qué gastos son
obligatorios y cuál es la verdadera
disponibilidad de gasto discrecional
y de ahorro para el tipo de vida que
se desea tener. Una herramienta

básica para ello es el cálculo de un presupuesto de
gastos mensuales de una familia tipo (Anexo I).

En el espacio de tutoría, tras informar al grupo
clase de la cuantía actual del Salario Mínimo Inter-
profesional en España, se les pide que expliciten,
individual y secretamente, el salario que creen van a
percibir dentro de unos años. Partiendo de la propia
realidad socioeconómica y de los estándares de con-
sumo vigentes, también se les solicita que establez-
can una hipótesis de cuánto creen que necesita men-
sualmente para vivir una pareja con dos hijos de cor-
ta edad. Se calculará la media de la clase para ambos
conceptos y la horquilla de cifras aportada para cada
uno de ellos.

Para hacer el cálculo real del presupuesto men-
sual necesario, se trabajará en pequeños grupos,
uno para cada uno de los apartados en los que se
estructura el presupuesto. Se puede abordar la ela-
boración de dicho presupuesto desde la búsqueda de
datos medios objetivos, para lo que las cifras del INE
serán de gran ayuda (con la cautela de actualizarlas
al menos con el IPC sobre la fecha de estudio). Tam-
bién se puede realizar a partir de la encuesta en los
propios hogares del alumnado, aunque algunas cifras
de gasto nos llegarán distorsionadas y habrá que
hallar medias. En algunos capítulos deberemos inte-
grar datos de las dos fuentes.

EL MITO DEL COCHE NUEVO

En sus primeras ficciones, nuestro alumnado suele soñar con un coche nuevo de alta gama, pues ha incorporado su valor simbólico de éxito. Suele ser el primer sueño que se desvanece cuando empiezan a echar cuentas del porcentaje de su sueldo inicial que se comería dicho automóvil (préstamo personal, seguro a todo riesgo, mantenimiento,...).

Las cuentas no les salen y se dan cuenta de que quizá la opción más razonable para su primer coche debe ser un modelo de menor gama, posiblemente de segunda mano. No conlleva tantos gastos y es mejor para los kilómetros de aprendizaje, en los que el riesgo de accidente (y de seguir pagando un coche del que ya no se disfruta) es mayor.

Cuando lograr romper el fetichismo del gasto en el coche, suelen comenzar una interesante tarea de asignación de prioridades en sus gastos.

UN TOQUE DE REALISMO

Si hemos pedido que nuestro alumnado haga hipótesis sobre el gasto medio en capítulos habituales (alimentación, electricidad, educación, tabaco,...), observaremos su tremendo despiste y su desconocimiento de cuánto suponen y de cómo se organiza realmente el gasto familiar habitual. Algunos indagan así, por primera vez, en un fiel retrato del núcleo familiar como *unidad de consumo*, y en su posición relativa al respecto dentro de su familia.

Cuando los diferentes grupos hayan elaborado el cálculo del capítulo correspondiente, deberemos sumar todos. En muchas ocasiones, el resultado global será muy superior al Salario Medio que creen que van a percibir en el futuro. Además de la reflexión sobre la necesidad de dos sueldos por familia, el exceso de gasto fuerza a revisar el presupuesto. Cada grupo deberá hacer una revisión a la baja del 10% y del 25%, justificando las pautas de consumo variadas para hacerla posible.

DE LA ECONOMÍA A LA ÉTICA

En este primer acercamiento a la economía familiar, nuestro alumnado debería haber interiorizado el carácter limitado del dinero disponible, la variedad de precios para algunos productos y la necesidad de establecer prioridades en lo que se quiere (y puede) comprar. Una antesala para la reflexión global sobre las pautas de consumo actuales, sus excesos y derroches, y las nuevas propuestas de consumo (sostenible, responsable, solidario, racional,..).

También, un toque de realismo y de autocrítica ante determinadas expectativas de consumo adolescentes demasiadas veces explicitadas como exigencias ante los padres. Una invitación a la comunicación en el interior de la familia sobre la realidad económica de cada cual, y de la

importancia de lo que se consigue con dinero y de lo que no depende del dinero para ser conseguido. Una invitación traída desde la crisis económica para poner en crisis los propios valores que no hayan sido coherentemente contruidos.

ALGUNOS CONSEJOS BÁSICOS PARA LAS FAMILIAS EN TIEMPOS DE CRISIS ECONÓMICA

1. Todos en la familia deben conocer la existencia de un **presupuesto familiar estructurado y limitado**, al que deben adaptarse los patrones de consumo y las expectativas de cada cual.
2. **La unidad familiar debe convertirse en ejemplo explícito** de comportamientos de consumo responsable y de **ajuste del gasto**:
 - generación de lista de compra,
 - consulta de varios catálogos o establecimientos antes de comprar,
 - explicitar los criterios de selección de las compras,
 - comentario de anuncios.
3. Nunca mejor que en tiempos de crisis para reiterar una vez más que *"lo más caro no siempre es mejor... o la mejor compra"*, tesis básica de la Educación para el consumo desde los años sesenta.
4. Las familias deben intervenir desde edad temprana en las pautas de **gasto de los hijos**. Concretamente es recomendable:
 - una asignación precoz de un presupuesto (limitado) para sus gastos,
 - evitar el gasto inmediato del dinero recibido, favoreciendo el ahorro como vía para conseguir determinadas compras,
 - razonar con ellos sobre la compra de un regalo para un amigo o sus bienes propios (hobbies).
5. Favorecer una progresiva **autonomía** en sus compras, fomentando el esfuerzo y el ahorro para conseguir los productos deseados. Así, si ahorran en determinadas compras (moda textil, equitación deportiva,...) podrán disponer de más presupuesto para otros capítulos de sus gastos (ocio, informática,...). Pero también viceversa. Son protagonistas de **establecer progresivamente sus prioridades**. Deben transitar desde el infantil e inmediato *"Me lo pido"* al adulto y esforzado *"Me lo pago"*.

ANEXO I: UN PRESUPUESTO FAMILIAR CÁLCULO DE UN PRESUPUESTO MENSUAL

(Departamento de Orientación, IESO Tierra de Campos)	
Expectativa salarial media del grupo: €	
Hipótesis de presupuesto familiar: €	
A. GASTOS DE LA CASA: <ul style="list-style-type: none"> - CUOTA MENSUAL DEL PRÉSTAMO HIPOTECARIO - COMUNIDAD DE VECINOS - SEGUROS VIVIENDA (1/12) - CONTRIBUCION MUNICIPAL (1/12) - TELÉFONO (fijo y móvil) / INTERNET - CALEFACCIÓN - ELECTRICIDAD - AGUA - DECORACIÓN Y EQUIPAMIENTO HOGAR (1/12) - LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR - TV DE PAGO 	
B. GASTOS PARA EL CUIDADO DE LAS PERSONAS <ul style="list-style-type: none"> - ALIMENTACIÓN - VESTUARIO - MEDICINAS - CUIDADO CORPORAL (aseo, peluquería/depilación, cosmética, gimnasio,...) - ÓPTICA Y DENTISTA 	
C. GASTOS PARA EL DISFRUTE DEL TIEMPO DE OCIO <ul style="list-style-type: none"> - HOSTELERÍA - VACACIONES Y VIAJES - PROPINA A LOS HIJOS - DISCOS - LIBROS - PRENSA - CINE/TEATRO, FÚTBOL Y OTROS ESPECTÁCULOS - JUGUETES - FOTOGRAFÍA - TABACO 	
D. GASTOS EN EDUCACIÓN Y CRECIMIENTO PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> - GUARDERÍA (1/12) - COLEGIO / INSTITUTO - ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y ASOCIATIVAS (1/12) - LIBROS DE TEXTO (1/12) 	
E. GASTOS DE LOCOMOCIÓN Y AUTOMÓVIL <ul style="list-style-type: none"> - BONOS MENSUALES DE TRANSPORTE PÚBLICO - CUOTA MENSUAL DEL PRÉSTAMO PERSONAL PARA EL COCHE - SEGURO DEL COCHE (1/12) - MANTENIMIENTO (1/12) - COMBUSTIBLE - COCHERA - I.T.V. (1/12) 	
F. OTROS GASTOS, IMPREVISTOS Y EXTRAORDINARIOS	
G. AHORRO	
GASTOS PREVISTOS	

PARA SABER MÁS:

-CIUDADANO (U.C.E.) Guía de defensa del consumidor Salvat Barcelona, 1998

-PÉREZ, J.M./TROPEA, F./SANAGUSTÍN, P./COSTA, P. O., *La seducción de la opulencia (Publicidad, moda, consumo)*, Paidós Contextos,Barcelona, 1992.

SODEPAZ *Guía educativa para el consumo crítico (Materiales para una acción educativa sur-norte. Efectos sociales y ambientales del consumo)*, Ed. Los libros de la catarata, Barcelona, 1998.

OTRAS APORTACIONES DEL AUTOR

Cómo trabajar con la publicidad en el aula, Graó, Barcelona, 2006.

"El consumidor competente (Un consenso básico para impulsar la Educación del Consumidor en los centros educativos)" *TABANQUE Nº16*, Escuela Universitaria de Educación de Palencia, Valladolid, 2000.

Creciendo en la sociedad de consumo (Actividades para una formación crítica de l@s hij@s adoptiv@s de la publicidad)", en *INNOVACIÓN EDUCATIVA* nº 5, TORCU-LO EDICIONS, Santiago de Compostela, 1995.

ALGUNAS WEBS

<http://contabilidad-domestica.programas-gratis.net> Sitio web desde el que poder descargar gratuitamente varios programas para facilitar el control contable de una economía doméstica, forzando a establecer apartados de gasto fácilmente controlables.

www.compraconcritero.es Campaña del Instituto Nacional de Consumo para concienciar de la necesidad de reflexionar y controlar los gastos navideños con el fin de no caer en el consumismo y afianzar un consumo seguro, saludable, solidario y sostenible

www.observatorioprecios.es. Hace posible comparar el precio del mismo producto en diferentes localidades. Resaltan así las diferencias de precios de incluso un 40%.

www.calculodehipoteca.net. Hace posible el cálculo inmediato de las cuotas de una hipoteca y su evolución a lo largo de los años. Permite compararla con la evolución del euríbor y del IPC.

www.consumehastamorrir.org La mejor fuente para conocer una visión extremadamente crítica de la sociedad de consumo y del papel de la publicidad dentro de ella. Vinculada a Ecologistas en Acción, presenta un importantísimo fondo documental de contraanuncios de destacable calidad gráfica y profunda crítica social.

[/eered](http://eered) página de la Red Europea de Consumidores con información muy útil en cuanto a recursos y últimas campañas de análisis, inspección y denuncia. También de interés (Centro Europeo del Consumidor).■