



Algunas reflexiones sobre la concepción transversal de la educación para el consumo

— M^a Carmen Pereira Domínguez —

Profesora de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Vigo

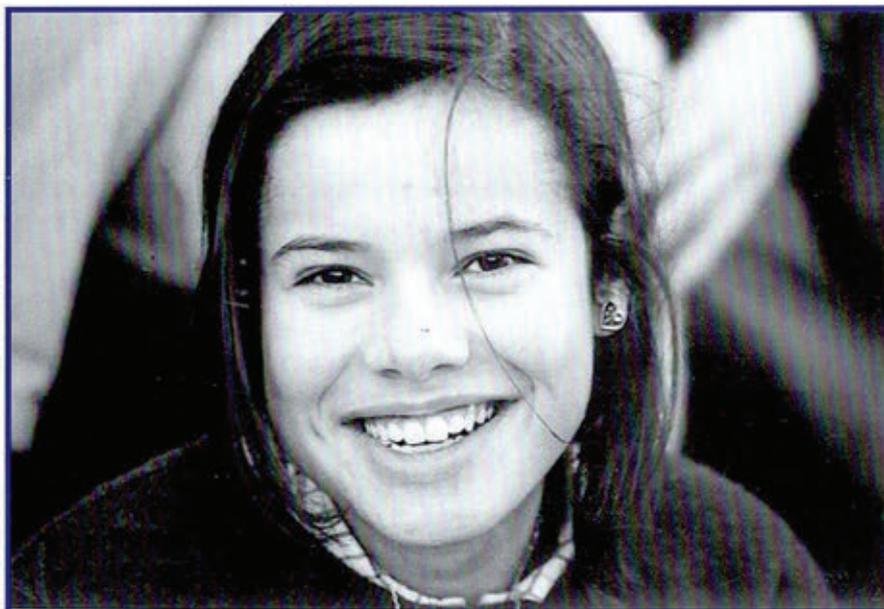
«Hoy en día hay alrededor nuestro y en fantástico grado, una manifiesta evidencia del consumo y de la abundancia, formada por la multiplicación de los objetos, de los servicios, de los bienes materiales y constituye una especie de mutación fundamental en la ecología de la especie humana... Vivimos el tiempo de los objetos: quiero decir que vivimos a su ritmo y según su continua sucesión. Hoy somos nosotros los que los vemos nacer, desarrollarse y morir, en tanto que, en todas las civilizaciones anteriores, eran los objetos, instrumentos o monumentos perennes, los que sobrevivían a las generaciones de los hombres».

Baudillard, J.

En la vigente reforma educativa (LOGSE) se pretende reflexionar y actuar sobre los problemas latentes en nuestra sociedad y bajo la denominación de temas transversales se ofrecen alternativas que enlazan las propuestas entre los ámbitos escolar y social.

No es fácil encontrar un significado o una definición aclaratoria sobre el concepto de tema transversal; ni la propia ley la ofrece de modo explícito sino que de un modo indirecto nos sumerge en el matiz integrador del currículo y su implicación en los ejes centrales consiguiendo así una coherencia. Sin embargo, la lectura de variadas publicaciones aparecidas al respecto, nos muestran descriptores tratados con similar significación y que hacen referencia a esta concepción transversal considerándola como: ejes, temas de inyección o impregnación, ámbitos de conocimiento y experiencia, currículo social, valores sociales... (MEC, 1993; SUÁREZ, 1994; PÉREZ, 1994; LUCINI, 1993).

La posibilidad de despejar horizontes sobre el mencionado concepto nos ofrece la siguiente definición: «Los temas transversales son aquellos aspectos fundamentales en la vida cotidiana presentes en el currículo escolar a través de las diferentes áreas, formando parte de sus contenidos y que deben ser uno de los ejes vertebradores de la actividad docente». (ALVAREZ, M^a N., 1992).



A través del Diseño Curricular Base (DCB) podemos identificar —transversal— si relacionamos los tres elementos que en él se incluyen: primero, se refiere a la relevancia que otorga a dichos temas dada su estrecha vinculación entre las personas y la sociedad; el segundo elemento se caracteriza por la trascendencia, es decir, su impregnación es tal, que se hacen partícipes de la cultura actual. Y en cuanto al tercer componente es que afecta a la persona en toda su integridad, incidiendo no solamente en el ámbito cognitivo sino también en el afectivo y comportamental. Por tanto, los temas transversales incluyen conocimientos y procedimien-

tos, pero sobre todo, actitudes y valores, (GARCÍA, 1994). Porque la transversalidad abarca todas las facetas de la personalidad del alumnado y de los docentes.

Los temas transversales constituyen los pilares base que benefician el diálogo abierto entre la escuela y los intereses educativos de la sociedad, nos referimos a: la educación cívico moral, la educación para la paz, la educación para la salud, así como la educación para la igualdad de oportunidades, la educación sexual, la educación del consumidor, la educación ambiental y la educación vial (MEC, 1993). Por tanto,

estas materias transversales facilitan la introducción en la escuela de programas educativos que resultan temas de interés a la sociedad, temas incluso ya reivindicados con anterioridad y de modo insistente desde variadas líneas institucionales. Por consiguiente, las experiencias estructuradas no representan unidades o bloques aislados sino intervenciones educativas globalizadas.

La LOGSE muestra estas materias como enseñanzas obligatorias, denominadas transversales que impregnan el conjunto curricular, entrelazándose con las áreas y originando líneas de valores, de contenidos, de objetivos y de principios que le dan coherencia (ALVAREZ, M^a N., 1992). Se caracterizan por empapar el currículum de vivencias sociales, es decir, el conjunto de la actividad educativa se inyecta de los fenómenos sociales que acontecen en la vida cotidiana, sintiéndose partícipes de ello los educadores y el alumnado.

Como perteneciente a los temas transversales, la educación para el consumo constituye un eje relevante en el ámbito educativo y ejerce una acción mediadora entre los intereses y necesidades de la sociedad actual. Hechos como los que a continuación presentamos, resultan puntos de mira para este eje transversal: el desarrollo de los sistemas de producción, la evolución socioeconómica, el aumento de la producción y del poder adquisitivo, la degradación del medio ambiente, la publicidad y sus estrategias para la venta, el replanteamiento de los sistemas educativos, etc... constituyen puntos de referencia que nos ayudan a reflexionar sobre el estado de nuestra sociedad, su evolución tecnológica y su adaptación sociocultural.

Si realizamos una visión retrospectiva, nos percatamos de la presencia de destacadas experiencias vinculadas a la educación para el consumo que han sido promovidas por diversos sectores y organismos educativos que abarcan desde instituciones gubernamentales, departamentos, asociaciones, hasta los movimientos de renovación pedagógica y los seminarios permanentes.

De todo esto, deducimos el interés que ya existía sobre el estudio de este



ámbito, a pesar de que la actual reforma (LOGSE) la incluye en el currículo escolar como novedosa.

Por todo ello, nos parece que los "currícula" de la educación para el consumo deben posibilitar y desarrollar el análisis y la construcción de la realidad social ya que promueve la formación cognitiva, afectiva y actitudinal de todos los ciudadanos y ciudadanas. Como consecuencia, se precisan implicaciones directas con la vida misma que nos lleven a actuar como personas consumeristas capaces de efectuar elecciones claras entre los bienes y servicios, así como tomar conciencia de nuestros derechos y responsabilidades.

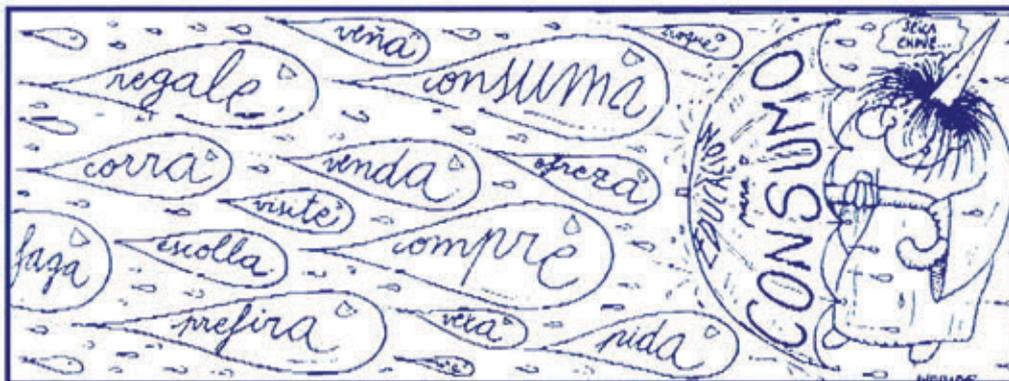
La puesta en marcha de proyectos de intervención educativa en materia de consumo requiere una planificación previa desde ópticas de transversali-

dad, donde se inyectan a todas las áreas dosis de diálogo, participación y reflexión-acción en torno a las necesidades sociales, culturales y pedagógicas. Porque es la comunidad educativa quien impulsa el nacimiento de proyectos pedagógicos de centro, así como los diseños curriculares de etapa y las programaciones de aula. Es el centro, a través del equipo docente, el artífice decisivo de la organización de los aprendizajes significativos y el auténtico conocedor de las directrices a marcar.

La necesidad de realizar un diagnóstico inicial que detecte la información que tiene el alumnado con respecto a estos temas, así como el diseño de un perfil de objetivos a corto y medio plazo que respondan a las demandas para aplicar un metodología que permita la comprobación de cambios de actitudes; finalmente, la puesta en práctica de una evaluación concebida desde una profunda base formativa, constituyen los soportes sobre los que estos proyectos de intervención educativa han de iniciar su andadura. Todo ello habrá de completarse con los procesos de retroalimentación que nos permitan recabar la información y verificar los cambios necesarios para la mejora de la calidad educativa.

La labor pedagógica llevada a cabo desde la educación para el consumo se apoya en metodologías globalizadas, interdisciplinares e integradas; sólo así se podrán conseguir respuestas válidas a la variedad de problemas sociales (BUSQUETS, M^a D., 1993). Problemas que día a día encuentran difícil solución a partir de una única disciplina, sino que exigen la presencia de opciones críticas y de investigación - acción que permitan un análisis racional sobre el consumo, así como la capacidad de actuar y tomar decisiones acertadas.

En consecuencia, creemos que los temas relacionados con el consumo poseen la ventaja de entrelazar diversidades de aprendizajes con otras áreas (ciencias naturales y sociales, lengua y literatura, filosofía, música, plástica,...) y la posibilidad de transversalizar los temas transversales. Porque las materias curriculares convencionales no pueden ser más tiempo finalidades en



sí mismas, sino instrumentos bien dispuestos y organizados hacia el desarrollo del pensamiento, de la comprensión y del control adecuado del entorno que envuelve al alumnado. De este modo, creemos que si perseguimos una educación para el consumo también educamos en valores como la tolerancia, el respeto y protección del medio ambiente, la igualdad de oportunidades, la salud...

Esta concepción articulada sobre transversalidad es una tarea laboriosa que requiere la comprometida formación permanente del profesorado en temáticas relacionadas, en este caso, con la educación para el consumo. Una formación que implica la elaboración de proyectos que desarrollan la sensibilización, la reflexión y los cambios de actitud necesarios de modo que los docentes se sientan integrados en equipos a la búsqueda de metas comunes que marquen caminos hacia la participación y cooperación solidarias (GARCÍA, 1994).

Estos planes de perfeccionamiento favorecerán la toma de decisiones autónomas y responsables ante el mundo del consumo, incrementando las relaciones entre los organismos pertinentes y elaborando y promulgando normativas y experiencias que contemplan y protejan los derechos de los consumidores. Por consiguiente, esta formación necesita de los apoyos, reconocimientos y recursos elaborados de modo sistemático y planificado.

Ante lo dicho, nos parece que el reto de crear, defender y potenciar instituciones, organismos y asociaciones relacionadas con la educación para el consumo canaliza el surgimiento y fomento de aquellos sistemas culturales y estrategias de control hacia la calidad de vida y, como consecuencia, hacia la creación de actitudes consumeristas en el alumnado (LUCINI, 1994) entendidas éstas como aquel conjunto de actitudes que deberían connotar las actuaciones de un consumidor formado, crítico, libre a la hora de decidir, solidario y responsable ante lo que decide» (ALVAREZ, 1994).

Y para concluir estas breves reflexiones, sólo nos resta añadir que la educación para el

consumo pretende inculcar en el conjunto de alumnos y alumnas, en el equipo docente y en la comunidad educativa, el sentido de la responsabilidad moral y cívica.

Coincide además que los ciudadanos y ciudadanas deben ser conscientes de unos derechos y obligaciones que promuevan una sociedad democrática y solidaria. En otras palabras, se trata de conseguir una ecología del consumo que establezca un equilibrio entre el sistema de producción y la sociedad, donde se respete la calidad de vida a partir del consenso entre el medio ambiente y las condiciones sociales, productivas y culturales.

• Las imágenes que ilustran este artículo han sido extraídas de: CID, X.M. (Coord) (1992): *Garabullíño e a escola elástica*, Ourense. *Concello de Ourense* y STAN EALES (1993): *El libro del ecohumor*. Madrid, SM.

Para saber más

—ALVAREZ, M^a N.: «La educación del consumidor: una temática curricular que hace posible la transversalización de las transversales en la práctica docente» en *Rev. Ciencias de la Educación*, 159, jul-sep 1992, p. 391-419.

—BUSQUETS, M^a D.: *Temas transversales. Claves para la formación integral*. Santillana. Col. Aula XXI. Madrid, 1993.

—GONZÁLEZ LUCINI, F.: «Educación para el consumidor» en *Temas transversales y educación en valores*. Alauda, p. 74-83. Madrid, 1993.

—PEREIRA, M^a C.: «La educación del consumidor y su enfoque transversal en la reforma educativa» en *Rev. Panel. Universidad de Burgos. Monográfico Didáctica Educación para el consumo*, 1995.



—ACTIVIDADES PARA EL AULA—

- 1) Escoger cualquiera de los temas referidos, comenzando por los más asequibles: degradación del medio ambiente, publicidad, etc. y articularlo de manera que puede ser abordado como eje transversal en las diversas áreas.
- 2) Intentar elaborar en un área específica entre todos (profesor y alumnos):
 - Un cuestionario para preguntar por la calle, en la familia, etc. (por ejemplo, con el tema de la publicidad, para empezar).
 - Recogiendo, claro está, edades, diversos productos, ventajas e inconvenientes, pros y contras, etc.
 - Procesar y elaborar en forma de tabla o conclusiones todos los resultados.
 - Poner en común en clase.
- 3) Se puede utilizar la «técnica de juicio» con uno de estos temas elegidos por ejemplo, el de la degradación del medio ambiente. Es necesario establecer pros y contras —defensores y fiscales—, testigos, jurado, moderador, etc.
- 4) Sacar entre todos, consensuadamente, una especie de «Manifiesto por un consumo responsable». Se trata de establecer algunos principios, no demasiados, que todos pudiéramos tomar como propios. (No olvidéis el material de Intermón para este año cuyo lema es «Comercio justo, consumo responsable»). Conventría llegar a frases telegráficas, más o menos ingeniosas tales como: «Si ensucias, no consumas», ...