

La vuelta a clase: ¿Consumo obligatorio o consumismo obligado?

CUANDO llegan las clases y en el seno de cada familia se impone la necesidad de equipamiento de sus vástagos para el nuevo curso escolar, el consumismo de nuestra sociedad se refleja en toda su extensión en las actitudes de padres y alumnos: se abandonan a una furia consumidora que obliga a la adquisición de los imprescindibles equipos y libros de texto, pero también a todo un ajuar que muchas veces sólo responde a los dictados de la moda, al imperio de las marcas y a los fundamentos competitivos de la sociedad. Junto al consumo obligatorio, justificado y necesario, que resulta difícil de soportar para muchísimas familias de escasos recursos, se da un consumismo obligado, excesivo e irracional, que responde a otras motivaciones de la adquisición necesaria.

Este consumismo «escolar» nos muestra una sociedad egoísta, despilfarradora e insensata, la misma que vive de espaldas a la realidad de los más de ocho millones de

pobres de nuestro país, la que produce toneladas de residuos por minuto, la que responde compulsivamente a los dictados de la publicidad y que sólo atiende a los imperativos del individualismo.

Los libros de texto y las reglas del consumo

UNA de las reglas del consumo es «todo debe ser desechable» porque, gracias a la superproducción de nuestras sociedades, el consumo llega a constituirse en un verdadero «motor» de desarrollo, y en la única posibilidad de que nuestro mundo pueda seguir reproduciéndose simbólicamente hasta el infinito. Si no adquirimos los bienes que la sociedad produce, se rompe el frágil equilibrio entre producción y consumo. Este aspecto del consumo se refleja, por ejemplo, en la compra de los libros de texto que permite que las editoriales especializadas continúen sencillamente activas y, a ser posible, como empresas de alta rentabilidad que proporcionan trabajo a varios miles de personas.

Pero lo que es consumo obligatorio —y de pesada carga para muchas familias— se transforma en consumismo obligado. A pesar de que, por ley, los libros de texto deben tener cuatro años de vigencia, los responsables educativos imponen, para congratulación de las editoriales, la compra de libros de texto recién editados cada año, justificada en parte por necesidades de adaptación a sutiles cambios reformistas o programáticos. Pero lo cierto es que se superan los límites de un gasto racional, ya que los libros se transforman en objetos desechables de cortísima vida: no pueden pasar de un niño a otro —para desesperación de los padres— aunque el hermano menor inicie el curso inmediato anterior del primogénito. La virtud de permanencia de la letra escrita que los profesores intentan inculcar en los niños a través de sus clases de motivación a la lectura se desvanece en un

instante cuando todo resulta tan fugaz: los «viejos» libros del curso anterior terminan su breve existencia en el basurero. Una práctica que contribuye aún más a este despilfarro es imputable por igual a editores y a profesores cuando proponen la resolución de ejercicios escritos en el propio libro, o cuando no se enseña al alumno a preservar la integridad de los textos, sin manchas, «grafitis» ni subrayados.

La contradicción interna del consumo, en relación con el despilfarro de recursos no renovables que genera, se manifiesta, inquietante, en estos comportamientos. ¿De qué sirven las campañas en pro de la concienciación del alto costo ecológico que supone el derroche de papel si al mismo tiempo se incita a la desestimación de los libros del año anterior? Pocos son los padres o maestros que eligen para éstos un mejor destino: esta vida consumista es tan rápida, tan ajetreada, que no hay tiempo para pensar en hacerlos llegar a los niños pobres o de menores recursos que los necesitan.

La compra de vestimenta y equipo escolar: fragilidad del concepto de utilidad

LOS estudiosos del consumo han superado ya las concepciones que equiparaban el consumir con la obtención de utilidad. La utilidad del consumo —como bien saben los publicistas— se mide hoy por el grado de «deseabilidad» del objeto, asociado al universo de los gustos y preferencias conscientes o inconscientes de los consumidores. Cuando los padres sucumben a las insistentes peticiones de sus hijos en relación con la «imprescindible» compra de ropa y calzado de determinada marca, están respondiendo a la fragilidad del concepto de utilidad que subyace al consumo en nuestra sociedad industrializada. Podría servir a los fines esenciales del objeto cualquier marca, no «la marca»; pero

tal o cual pantalón representa otros «valores» añadidos: la expresión de un estatus, la imitación de valores y estilos de vida distintos a los que se confiere toda la fuerza del arquetipo imitable y deseable.

EL gasto obligatorio del vestir, que resulta inalcanzable para muchos padres, es en muchos otros casos consumismo obligado por el entorno social: los padres acceden a las reclamaciones de sus hijos por temor —en gran parte fundado— al rechazo que, por estar fuera de la moda, podrían recibir de los compañeros de curso; pero también porque aceptan los mismos rituales del llamado consumo «simbólico». El objeto adquirible se constituye en un símbolo dotado de valores añadidos, que le confieren toda la fuerza de lo deseable de modo inmediato. Las cantidades que las familias invierten en la compra de vestimenta podrían ser mucho menores si no atribuyeran a los productos adquiridos una serie de valores simbólicos añadidos: poder, la ilusión de pertenencia a una clase económico-cultural superior... En el hijo que se incorpora al aula proyectan sus aspiraciones legítimas de superación y por ello no escatiman esfuerzos; pero a las mismas se añaden otras expectativas como la competitividad del que puede más, la insolidaridad con los que tienen menos, la imitación de modelos prestigiados en la sociedad que poco o nada tienen que ver con los valores en decadencia de la discreción o la medida. La ostentación de poder es hoy una «virtud consumista»; del mismo modo que el egoísmo individualista ha adquirido los ropajes de lo positivo en una sociedad que adora el lujo, lo superfluo y lo material.

Obviamente, dada la extensión de estas prácticas consumistas, los profesores tendrán que esforzarse mucho —y no sabemos si inútilmente— en el desarrollo de la actitud crítica del consumidor, uno de los contenidos transversales de la reforma educativa en marcha.

**A modo de conclusión:
la necesidad de reorientar el consumo**

ES posible que, una vez superada la cuesta de septiembre, las familias olviden las costosas erogaciones del curso escolar y vuelvan a ser presas de los arrebatos consumistas a medida que se aproximen las fiestas navideñas. En una sociedad como la nuestra, después de los años de alegre inconsciencia consumista en la que nos hemos sumergido incitados por fastos diversos, derroche administrativo y servilismos culturales, el consumismo seguramente persistirá. Todo nos estimula a ello. Pero también es cierto que, la misma crisis motivada por pretéritos excesos obliga a todos los responsables educativos —administración, editores, familia— a reflexionar sobre nuestro consumismo y a buscar su sustitución por un consumo necesario, basado en la utilidad y en el ahorro de recursos, un consumo reorientado por principios de racionalidad.

No es ajeno a esta preocupación el hecho de que se hayan dejado oír con fuerza las voces de las asociaciones de padres y de consumidores, que reclaman de la administración un compromiso menos hipócrita respecto del principio de «gratuidad de la enseñanza». Como manifestó el Defensor del Pueblo, la enseñanza obligatoria y gratuita que predica la Constitución sólo puede alcanzarse «cuando la adquisición de libros de texto y material escolar no supusiese una carga para las familias». ¿Por qué el Ministerio no se decide a la financiación de los libros de texto en la Enseñanza Obligatoria, como ocurre en otros países? ¿Por qué no contribuye a reorientar el consumo en todas las áreas que son de su responsabilidad con medidas y programas adecuados, evitando las sutiles reformas programáticas de última hora y con un mayor control de la labor de editores, incluido el de los precios de los libros? Sin una labor efectiva en este sentido de parte de la administración, el consumo escolar seguirá siendo

consumismo obligado, ya que los padres, alumnos y profesores que son conscientes de las contradicciones señaladas, se ven impotentes ante el imperativo del ambiente que les obliga a introducirse en la senda del gasto superfluo pero real, del derroche impuesto, en contra de sus propias convicciones.

SI la administración no ofrece ejemplo de austeridad —salvo en los enojosos recortes presupuestarios—, ¿qué pueden hacer las familias en este sentido? El ambiente y sus demandas gravitan pesadamente en las decisiones familiares. Pero ya es tiempo de que, dada la sordera institucional, la familia eduque a sus miembros en los valores hoy desestimados de programación y ahorro en el gasto, la afirmación de la utilidad y de desestimación de lo superfluo. En tanto la administración no elabore una política familiar efectiva que ayude a las familias a subvenir en igualdad el gasto escolar obligatorio, necesario, deberán ser los padres quienes contribuyan a su educación en estos principios y valores.

Es de desear que no tengamos que esperar al inicio del curso siguiente para encontrar soluciones efectivas al problema. Pero también es responsabilidad obligada de los profesores la educación coherente en el ahorro, en la solidaridad y en el cuidado del medio ambiente: de nada servirán las lecciones magistrales si no se respetan por la vía de los hechos estos principios en el ejercicio docente de cada día. ¿Por qué no desarrollar estos valores, a los que desde la Logse se denomina pomposamente «contenidos transversales», a través de la práctica del préstamo de libros en el aula y a los compañeros de menores recursos; la formación de hábitos de cuidado en los libros de texto; o la reorientación del consumo?