



Universidad de Cantabria



Facultad de Educación

**GRADO DE MAGISTERIO EN EDUCACIÓN PRIMARIA
CURSO ACADÉMICO
2013-2014**

**GLOBALIZACIÓN, CONSUMISMO
INFANTIL Y EXCLUSIÓN SOCIAL EN LA
EDUCACIÓN PRIMARIA**

**GLOBALIZATION, CHILD CONSUMERISM AND SOCIAL
EXCLUSION IN ELEMENTARY SCHOOL**

**AUTOR: LUIS VÉLEZ RODRÍGUEZ
DIRECTOR: BENITO GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ**

SANTANDER, OCTUBRE 2014

VºBº DIRECTOR

VºBº AUTOR



“Los consumidores modernos pueden identificarse con la fórmula siguiente:

yo soy = lo que tengo y lo que consumo.”

Erich Fromm

ÍNDICE

0. Resumen/Abstract	2
1. Introducción, objetivos y justificación del estudio	3
2. Globalización y consumismo infantil, una pareja bien avenida	6
2.1. Globalización	6
2.2. El gran mercado del consumismo infantil	8
2.3. ¿Dónde nos encontramos? Situación actual de la escuela primaria frente al consumismo infantil.....	9
3. Aprendiendo a consumir. Análisis de los libros de texto	12
3.1. Introducción	12
3.2. De la ambigüedad del currículo a la importancia de los contenidos ...	13
3.3. Conocimiento del medio y la omisión de la realidad	14
3.4. Matemáticas para aprender a consumir	17
3.5. Conclusiones	18
4. Claves de la educación infantil para el consumo responsable	20
4.1. Unidades temáticas para trabajar en Primaria	21
4.1.1. Ropa y calzado	22
4.1.2. Alimentación.....	23
4.1.3. Tecnología	24
4.2. La importancia de la colaboración escuela-familia	25
5. Bibliografía.....	27

TÍTULO

GLOBALIZACIÓN, CONSUMISMO INFANTIL Y EXCLUSIÓN SOCIAL EN LA EDUCACIÓN PRIMARIA

RESUMEN

Con este trabajo se pretende hacer un pequeño estudio sobre cómo está siendo abordado, en Educación Primaria, la globalización y el consumismo infantil, fenómenos con diversos efectos negativos en distintos ámbitos y que además contribuyen a la exclusión social. Para ello se analizarán los contenidos de algunos manuales utilizados en el último curso de Primaria, dando a continuación una serie de indicaciones y sugerencias que permitan al alumnado entender las consecuencias de nuestras acciones como ciudadanos de un mundo globalizado y promocionar una mirada crítica respecto al sistema socio-económico imperante.

Palabras clave: globalización, consumismo infantil, exclusión social, escuela primaria, libro de texto.

TITLE

GLOBALIZATION, CHILD CONSUMERISM AND SOCIAL EXCLUSION IN ELEMENTARY SCHOOL

ABSTRACT

This paper will attempt to do a little study on how is being addressed, in Elementary Education, globalization and child consumerism, facts with several negative effects in different spheres which also contribute to social exclusion. For this purpose, some Primary School textbooks contents will be analysed, giving later a series of prompts and suggestions that allow the students to understand the consequences of our actions as citizens of a globalized world and promote a critical look at the prevailing socio-economic system.

Key words: globalization, child consumerism, social exclusion, primary school, textbook.

1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Como dice el educador Ken Robinson (2011), la mayor parte de los sistemas educativos son anacrónicos, se crearon en el pasado, en una época distinta, para responder a retos diferentes, y aunque en todo el mundo hay intentos por reformar la educación, se centran en elevar los estándares especialmente en Matemáticas y Lengua, que son muy importantes, aunque no es lo único que cuenta en la educación. El sistema educativo actual apuesta por una educación homogeneizadora en detrimento de la creatividad, las artes plásticas y del pensamiento crítico, y por tanto discrimina a aquellas personas con cualidades o intereses que no se ajustan al modelo dominante establecido. Se trata de un modelo educativo similar al sistema industrial, que prioriza el resultado final más que el proceso en sí. La escuela está copiando del mundo empresarial la aplicación de una enseñanza estandarizada, lo que reduce drásticamente las oportunidades de pensar de manera crítica. En este contexto es cada vez más frecuente que en la escuela se transmita a los estudiantes el mensaje de que todo está en venta, las identidades, los deseos y los valores de los alumnos (Giroux, 2003, p. 93).

No cabe duda que uno de esos nuevos retos a los que tiene que enfrentarse la escuela en la actualidad es el de la globalización, fenómeno que nos ha llevado a fundar nuestra economía en un consumismo global desmedido, al tiempo que el discurso hegemónico trata de hacernos ver que es un proceso inevitable, irreversible y el único modo de alcanzar la felicidad y el bienestar de los ciudadanos. Esto, no solo no es cierto, sino que ha traído consigo una serie de consecuencias planetarias catastróficas, como son el deterioro continuo del medioambiente, la sobreexplotación y destrucción de recursos naturales en un planeta finito, la concentración de la riqueza en manos de unos pocos o el detrimento en los valores de solidaridad, igualdad y acceso a la justicia, supuestos básicos de los Derechos Humanos, en pro del abaratamiento de los costes y un crecimiento exponencial de la producción. Pero las consecuencias de esta actitud consumista son también palpables en un contexto mucho más cercano al alumnado de Educación Primaria, ya que contribuye a la injusticia y al incremento de la desigualdad social entre la población. La sociedad consumista clasifica y diferencia, jerarquizando a los grupos sociales y manteniendo así la desigualdad y el dominio del poder (Baudrillard, 1970, p. 49).

Según la Convención de las Naciones Unidas (ONU) sobre los Derechos del Niño, firmada y ratificada por todos los países europeos, los niños tienen derecho a desarrollar completamente su potencial social, emocional, cognitivo y físico, independientemente del escenario de partida. Estos derechos incluyen el derecho a un nivel de vida apropiado, a servicios como educación y salud, a ser protegidos, a participar en las decisiones que les afecta, a expresar su opinión, al tiempo libre, al juego y a la cultura, pero aquellas personas que no pueden acceder a unos recursos básicos, como una vivienda adecuada, vestido o alimentación, son automáticamente excluidas de estos espacios, y aun así, en la actualidad, en lugar de caminar a favor de solventar estos problemas, estamos dando pasos en el sentido contrario. Los conceptos pobreza y desigualdad han de ser redefinidos, pues no abarcan las nuevas realidades más complejas y extensas; ahora también aquellos que, aun logrando satisfacer sus necesidades básicas, no pueden o simplemente no quieren acceder a determinados productos de consumo, “los no consumidores”, son inútiles para la sociedad consumista y por lo tanto son también objeto de exclusión (Bauman, 2007, p. 170), situación que se ve agravada en un contexto de crisis como en el que nos hallamos en estos momentos, donde, según el informe de *La infancia en España 2014* de UNICEF (2014), un 27,5% de la infancia se encuentra al borde de la pobreza. La exclusión social impide que los niños y las niñas disfruten de esos derechos, y limita sus oportunidades de adquirir las habilidades y capacidades que les permitirían salir de dicha situación de pobreza y/o exclusión. No debemos olvidar que los efectos de la exclusión infantil no tienen solamente una repercusión inmediata, sino que pueden durar toda la vida e incluso trascender a generaciones futuras.

Con este trabajo pretendemos acercarnos a conocer si los conceptos de globalización, consumismo y sus consecuencias son abordados en la Educación Primaria, y en tal caso, de qué modo se lleva a cabo y en qué medida. Para tal propósito, analizaremos documentos oficiales, como son la LOE 2/2006 y currículo de Cantabria, y algunos manuales de Sexto Curso de Educación Primaria más utilizados: Conocimiento del Medio de la editorial Santillana y Matemáticas de las editoriales Santillana y Anaya.

El libro de texto aparece de forma generalizada en el aula y se apropia de la mayor parte del tiempo escolar, así podemos decir que, el profesor lee la realidad cultural y escolar a través del texto escolar, y lo hace según está representada en el texto (Bonafé, 2002, p. 68), así los estudiantes, además de la información del contenido que les proporciona el material curricular, aprenden también la importancia

del material utilizado, que el libro de texto es quién representa la verdad, lo correcto, lo cual conduce a adoptar una posición acrítica respecto al mismo.

Dado que es importante incorporar la realidad del alumnado al aula y tras el escenario planteado en la introducción, nos parece relevante que el asunto de la globalización y el consumismo sea abordado de manera crítica en la escuela, ya que esta puede ser una vía eficaz para prevenir las exclusiones sociales, no obstante, también es un lugar donde las diferencias se hacen más patentes y, por consiguiente, pueden llevar a la discriminación por parte de los compañeros, la exclusión (Ovejero Bernal, 2002, p. 153) o incluso el acoso. Hoy en día, la escuela no parece que ayude a mejorar los procesos de inclusión, sino todo lo contrario; aquel que no se adapte al esquema impuesto por la propia sociedad verá potencialmente mermada su capacidad de relacionarse con su entorno, lo que puede conducir también al fracaso escolar. Es por ello que justificamos la elaboración de este trabajo. La sociedad de consumo acentúa las desigualdades sociales, provocando una situación de desequilibrio difícil de remediar a corto plazo, pero la escuela, si bien es difícil que pueda cambiar la realidad de forma inmediata, sí puede crear un cambio en la mirada de los alumnos para promocionar la solidaridad y la cooperación, concepto central en el pensamiento de Freinet, para quien la escuela es una comunidad que se construye con la colaboración y cooperación de todos. Por otra parte, la toma de conciencia del mundo está directamente relacionada con el nivel de conocimiento de uno mismo. Si conseguimos que nuestros alumnos entiendan que su vida está íntimamente ligada a los problemas y perspectivas de otras personas, podrá analizar de manera crítica sus propias suposiciones, actitudes, valores y modelos de comportamiento (Ramos, 1997, p. 3). La inclusión de este contenido en Primaria encaja además con el desarrollo del pensamiento crítico para la formación de futuros ciudadanos responsables, participativos y solidarios que establece el currículum de Primaria.

Este trabajo se estructura en tres apartados principales. El primero de ellos (bloque 2) es una aproximación a los conceptos de globalización y consumismo infantil, así como un acercamiento a la posición actual de la escuela Primaria respecto a estos temas. En el segundo apartado (bloque 3) veremos un análisis del currículo para Educación Primaria y de los libros de texto anteriormente citados, donde examinaremos aquellos puntos susceptibles de ser mencionados en lo que se refiere al estudio crítico frente al consumismo. Por último, en el tercer apartado (bloque 4), mostramos una propuesta de lo que deberían ser unas líneas generales para la inclusión de globalización y consumismo como contenido de estudio en la escuela Primaria desde una perspectiva crítica y dirigir así la mirada de nuestros alumnos

hacia una actitud de responsabilidad, cooperación, participación democrática y solidaridad.

2. GLOBALIZACIÓN Y CONSUMISMO INFANTIL, UNA PAREJA BIEN AVENIDA

2.1. GLOBALIZACIÓN

Como describe el Catedrático de Economía Internacional y Desarrollo de la Universidad Complutense, Ángel Martínez González Tablas (2013), la mundialización hace referencia al proceso por el cual el mundo deja de ser un espacio en el que se desarrollan múltiples actividades locales separadas, para convertirse en una gran trama de interrelaciones entre los diversos espacios del mundo que afecta a múltiples planos: valores, ideas, comunicación, medio ambiente, económico, etc. y que, aunque en economía no es un fenómeno nuevo, nunca había alcanzado el grado de intensidad y de afectación a todos los planos de la actividad económica: el comercio, las finanzas, la producción y el consumo. Es importante señalar que no se trata solamente de globalización, sino que estamos hablando de una globalización neoliberal donde el Estado-Nación es desplazado de las tareas que, tradicionalmente, venía desempeñando, y cuyos efectos están demostrando ser ciertamente negativos. Como señala Bauman (2010)

El alcance planetario del capital, las finanzas y el comercio son las fuerzas que deciden la amplitud de opciones y la efectividad de las que dispone la acción humana, o lo que es lo mismo, el modo en que viven las personas y los límites de sus sueños y de sus esperanzas.

(p. 109)

La mundialización en sí no se muestra como un proceso de consecuencias negativas, sin embargo, para el mismo autor,

los efectos de nuestras acciones ya no se limitan en el tiempo y en el espacio, mientras que nuestra imaginación moral no ha progresado mucho más allá del nivel que alcanzara en tiempos de Adán y Eva,

(p. 108)

lo que nos impide atisbar las consecuencias de nuestros actos. La ética tradicional consideraba que los efectos de nuestras acciones tenían un alcance limitado, que no iban más allá del contexto próximo, pero todo esto ha cambiado, sus dimensiones se han hecho globales, sin embargo, siguiendo a nuestro autor, la aceptación de responsabilidades no camina pareja con las consecuencias de nuestros actos.

Por otra parte, “el concepto de infancia es una realidad que ha sido socialmente construida” (Gaitán, 2010, p. 13) a partir de las necesidades contextuales. Hasta bien entrada la Edad Moderna, la sociedad no era consciente de las diferencias entre niños y adultos, y el niño comenzó a ser considerado como criatura individualizada diferente del adulto en el siglo XVIII. La Revolución Industrial promovió la instauración de Escuelas Públicas para escolarizar a los niños al haber disminuido drásticamente la demanda de mano de obra infantil (Enesco, 2009), confiriendo interés a la educación de los niños. Esto, de algún modo, testimonia que estos empezaban a importarse de otra manera, quizá como un producto más de la sociedad mercantilista. Como menciona Giroux (2003) citando a Higonnet:

El mito del niño inocente como "objeto de adoración se ha convertido con excesiva facilidad en el concepto del niño como objeto y, después, en la comercialización del niño como un bien de consumo."

(p. 26)

Con este trabajo se pretende poner el foco de atención sobre un aspecto concreto de la mundialización, el consumismo¹ infantil y su tratamiento en la Escuela Primaria, pues en el marco socioeconómico que nos hallamos actualmente puede ser generador de desigualdad y exclusión social. Se considera que el término de exclusión social supera al de pobreza, en el sentido de que no se define en términos puramente económicos sino de un tipo más amplio de participación en la sociedad, hace referencia a un proceso de pérdida de integración o participación del individuo en la sociedad en uno o varios de estos ámbitos: económico, político-legal, social-relacional (Fundación Luis Vives, 2010). En todo caso, el concepto de exclusión social está estrechamente relacionado con el de pobreza, en palabras de Ovejero Bernal (2002)

...a quienes realmente se excluye y se margina es casi siempre al pobre. Así, en nuestra cultura el ser árabe suele ser un frecuente motivo de exclusión, pero si ese árabe es un rico jeque de vacaciones en Marbella, ya no hay exclusión; se excluye al suramericano, pero si es un futbolista del Real Madrid, del Deportivo o del Barça, ya no es en absoluto excluido.

(p. 153)

La aprobación o el rechazo de los demás marca el éxito o el fracaso del individuo, según Bauman (2010)

...lo que está en disputa ya no son las reglas del juego, sino la mera admisión en la mesa junto a los demás jugadores.

(p. 172)

¹ Se entiende aquí consumismo como la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales.

2.2. EL GRAN MERCADO DEL CONSUMISMO INFANTIL

Los niños son una parte fundamental de los gastos familiares. Las marcas, las nuevas tecnologías o la publicidad son algunos de los factores decisivos del consumismo de los más pequeños. Siguiendo a Tur y Ramos (2008, p. 174), cuando hablamos de consumo² infantil nos referimos al proceso económico que tiene su origen en el niño, ocasionado a partir de alguna necesidad, y que tiene como resultado el gasto o compra de bienes o servicios. Son diferentes los roles que desempeña el niño en este proceso: ser el comprador, el consumidor final, beneficiarse de una decisión de compra para toda la familia, o bien, influir o ser influido en la compra de otros.

Los mismos autores identifican varios tipos de mercado infantil:

- Mercado primario o directo: los niños disponen de dinero y toman decisiones de gasto propias.
- Mercado directo de influencia parental: los niños son los consumidores finales e influyen indirectamente a los padres para su compra.
- Influencia en mercados ajenos: los niños influyen directa o indirectamente en la compra de productos que consumirán los padres.
- Mercado de influencia directa: los niños influyen en las decisiones que afectan a todos los miembros de la familia.
- Mercado futuro: los niños como cantera de futuros consumidores.
- Mercado de beneficiarios: son beneficiarios de un gran volumen de inversión pública en su período escolar obligatorio.

Vemos por tanto que los movimientos en los mercados que orbitan alrededor de la infancia son más amplios de lo que en un principio podría parecer, de ahí que la infancia se alce como un importante objetivo para las empresas, que tienen cada vez más en cuenta al público infantil en sus campañas de marketing, sabiendo que los niños tienen un criterio y gusto propio, y son capaces de razonar de la misma manera que lo hace un adulto, a pesar de que en el imaginario de la sociedad pervive la idea de que el niño no tiene capacidad ni autonomía. Una larga cita de Gaitán (2010) nos amplía esta cuestión:

² *“El consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta, y no está atado ni a la época ni a la historia. Desde ese punto de vista, se trata de una función imprescindible para la supervivencia biológica que nosotros, los seres humanos, compartimos con el resto de los seres vivos, y sus raíces son tan antiguas como la vida misma.”* (Bauman, 2007)

La imagen de la infancia que se comparte actualmente de modo mayoritario está representada por una etapa de preparación y aprendizaje, de dependencia y también de cierta irresponsabilidad, por lo que necesita ser protegida de los demás y también, en cierto modo, de sí misma. (...) Su participación efectiva en la vida social (que es uno de los derechos que tienen reconocido) se encuentra limitada no sólo porque el derecho a la participación política les está vedado, sino porque la desconfianza hacia su capacidad y su competencia impide una ampliación progresiva del ejercicio de las libertades para ellos...

(pp. 13-14)

La sobreprotección a la que se ven sometidos los niños, hace que se reduzcan los espacios públicos y (Giroux, 2003)

...a medida que se pierden los espacios públicos, surgen nuevos servicios en el sector privado para "cuidar" a los niños.

(p. 22)

Solo los niños pertenecientes a familias con determinado poder adquisitivo pueden disfrutar de extraescolares, juegos al aire libre, etc. lo que redundará en beneficio mental del niño y condiciona las relaciones con los compañeros que no pueden disfrutarlas.

2.3. ¿DÓNDE NOS ENCONTRAMOS? SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESCUELA PRIMARIA FRENTE AL CONSUMISMO INFANTIL

Para Tur & Ramos, (2008), la realidad que nos encontramos actualmente es que los niños deben aprender a sobrevivir en una sociedad consumista si perspectivas de cambio. Según Miguel González Durán (2013), un niño actual recibe 20.000 impactos publicitarios anuales, por lo que vive en un marco en el que tiene que aprender a diferenciar lo que es bueno y lo que es malo, y hay dos agentes que le ayudan en este proceso, por un lado la familia y por otro lado el grupo de amigos. A partir de los 11 años, justo en el cambio de la Primaria a la Secundaria, es el grupo de amigos el que pesa más. De este modo, la Educación Primaria se muestra cómo una etapa significativa en la que educar en el plano del consumo responsable. Como dice Ángel Gabilondo (2014),

el niño vive en un contexto escolar, familiar, vecinal, social. A su modo, es ya un ciudadano, una ciudadana, y no una simple expectativa. No tiene ciudadanía diferida. En todo caso, es siempre un ser humano que participa de serlo.

Parece obvio entonces, que los niños (al igual que los adultos) necesitan (merecen) ser formados en aquello que les afecta directamente como ciudadanos.

En el punto k), *Artículo 23. del Capítulo III. de la LOE 2/2006* se menciona que uno de los objetivos que se pretenden alcanzar en la Educación Secundaria es “*valorar críticamente los hábitos sociales relacionados con la salud, el consumo, el cuidado de los seres vivos y el medio ambiente, contribuyendo a su conservación y mejora.*” (España, 2006, pp. 17169-17170). No se indica explícitamente en los objetivos de Educación Primaria de la ley anteriormente mencionada el hecho de valorar críticamente los hábitos sociales relacionados con el consumo, (aunque sí habla del desarrollo del pensamiento crítico en términos generales) pero sí podemos encontrar en el *Bloque 4* de los *contenidos* para tercer ciclo de primaria del *Decreto 56/2007 del BOC*, el tratamiento de las desigualdades en el consumo:

Producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas. La importancia del sector servicios. Análisis de la relación causa-efecto y sus repercusiones económicas y sociales. Las desigualdades en el consumo.

(Cantabria, 2007, p. 7417)

Reconocimiento, análisis y valoración de la influencia de la publicidad sobre el consumo y actitud crítica ante ella.

(Cantabria, 2007, p. 7417)

Sin embargo, si hay una característica que defina hoy a la sociedad occidental, es que se trata de una sociedad consumista, y a aquellos que ostentan el poder les interesa, no solo que siga siendo así, sino que sea una tendencia creciente. Por eso, cada vez más, el mundo empresarial está interesado en abrirse hueco en el ámbito de la educación, a través de escuelas privadas o fundaciones por ejemplo. Como señala Giroux (2003)

La cultura empresarial no sólo puede apreciarse en la cesión del control de las escuelas públicas a contratistas empresariales. También es visible en la creciente comercialización del espacio y los currícula escolares. Muchas escuelas públicas, carentes de dinero, han tenido que alquilar espacios de sus vestíbulos, autobuses, servicios, minutas mensuales de comidas y cafeterías escolares, transformando esos espacios en refulgentes vallas publicitarias para el mejor postor empresariales. Las noticias escolares, las exposiciones de clase y los trabajos de los alumnos han sido reemplazados por anuncios de Coca-Cola, Pepsi, Nike, películas de Hollywood y toda una letanía de productos diversos.

(p. 93)

Una “sociedad de consumidores”, como nos dice Bauman (2007), implica un tipo de sociedad que se centra y promueve no solo un modo determinado de vida, sino que no posibilita otra alternativa, una sociedad en la que es preciso adaptarse a la cultura consumista dominante para conseguir un “requisito de pertenencia”. Las marcas tienen un protagonismo evidente, en la pre-adolescencia, la marca configura

estilos y configura identidades. Hay marcas que proyectan una forma de ser, lo que conlleva una búsqueda de identidad por parte del menor. Cuando las marcas conquistan territorios emocionales, hacen que el niño se pueda identificar con ellas. (González-Durán, 2013).

Asimismo, desde la escuela, mediante sus pautas de comportamiento, se condiciona el consumismo en los niños. Por ejemplo, la “decisión del profesor” de utilizar el libro de texto va en consonancia con el sistema capitalista y consumista, con la búsqueda del camino fácil y rápido, sin importar las consecuencias o los resultados, prima la inmediatez, el ahorro de esfuerzo y energía a cambio de tiempo, tiempo que se traduce en consumo.

Seducidas por el señuelo de los equipamientos gratuitos y el dinero, las escuelas efectúan con demasiada facilidad la transición de la publicidad al ofrecimiento de mercancías comerciales en forma de materiales curriculares diseñados para crear un vínculo de fidelidad con la marca y abrir mercados a costa de la clientela cautiva de la escuela pública. Aunque las escuelas puedan extraer un pequeño beneficio financiero de esas transacciones entre escuela y empresas, los beneficios reales van a las corporaciones que gastan millones en publicidad...

(Giroux, 2003, p. 93)

También el profesorado, sometido a la cultura dominante, es encargado de transmitir ciertos valores al juzgar de manera diferente (consciente o inconscientemente) a sus alumnos según sus apariencias, actos y/o comportamientos. Tal y como postula Bourdieu, la reproducción cultural contribuye a la reproducción social, y asegura la continuidad de los sistemas socio-económicos de la sociedad capitalista. La escuela es encargada de inculcar, transmitir y conservar la cultura dominante imponiendo un paradigma cultural, reproduciendo la estructura social y sus relaciones de clase.

Si desde la escuela queremos construir una sociedad más justa y no excluyente es necesario reformular ciertos paradigmas. En ese sentido argumenta Giroux (2003)

Para que la democracia nos lleve hacia adelante en el próximo siglo, tendrá que estar basada, sin duda, en un compromiso para mejorar la vida de los niños, pero no en el marco de la degradante lógica del mercado, que trata a sus cuerpos como bienes de consumo y su futuro como transacciones para la acumulación de capital.

(p. 68)

3. APRENDIENDO A CONSUMIR. ANÁLISIS DE LOS LIBROS DE TEXTO

3.1. INTRODUCCIÓN

Como hemos visto en los apartados anteriores, los niños, seducidos por las marcas, los anuncios publicitarios o su propio entorno, parecen abocados a caer inevitablemente en la espiral consumista. Creemos que la educación en general, así como los libros de texto en particular, no llevan a cabo una reflexión seria y crítica sobre las implicaciones del modelo social consumista que impera en la actualidad; en el imaginario popular, el consumo se presenta como un acto inocuo, feliz motor de la economía y por ende del progreso, así como resultado del éxito personal, sin cuestionamientos respecto a sus consecuencias; la producción de bienes, y por lo tanto su consumo, son vistos como acciones indispensables para alcanzar el bienestar de las personas y, en consecuencia, es positivo estimular ambos. No se transmite a los más pequeños de manera clara y explícita el mensaje de la relación directa que tiene el consumismo con el deterioro del equilibrio ecológico por el excesivo uso de recursos naturales o con la mala distribución de la riqueza, ni se habla de la dependencia y frustración que las aspiraciones consumistas generan en gran parte de la población. Dado que sostenemos que el consumismo infantil contribuye a la exclusión social y creemos que la escuela es una vía apropiada para evitar dicha exclusión, pretendemos comprobar si este asunto está siendo tratado de forma crítica en la Escuela Primaria.

Para ello analizaremos en primer lugar el currículo de Educación Primaria, y a continuación algunos libros de texto, que son quienes finalmente dominan gran parte del proceso educativo, dando lugar a la reproducción de una determinada visión de la sociedad. Para alcanzar nuestro propósito, trabajaremos con algunos manuales utilizados actualmente en las aulas de sexto curso de Educación Primaria. La razón que nos ha llevado a seleccionar este curso académico se debe a la importancia que cobran los amigos a la hora de crear identidades personales en esta edad, que en muchas ocasiones están vinculadas a la posesión o carencia de determinados artículos de consumo, ya que los niños se comparan con quienes les rodean, otorgando a las posesiones un poder que altera el valor del individuo en sí.

Hemos seleccionado los siguientes libros de texto para nuestro estudio: el primero de ellos, del área de Conocimiento del Medio, de la editorial Santillana, cuyos autores son L. Etxebarria, R. Gragera, J. I. Medina, A. Moral, M. Siles y C. Zarzuelo y que fue publicado en el año 2009. El segundo manual pertenece al área de

Matemáticas, de la editorial Santillana, con autoría de J. A. Almodóvar, J. J. García, M. M. de la Mata y M. Rodríguez y publicado en 2009. Por último, también perteneciente al área de Matemáticas, en esta ocasión de la editorial Anaya, y cuyos autores son L. Ferrero, I. Gaztelu, P. Martín y L. Martínez y publicado en 2004.

Conviene recordar en este punto, que las editoriales son grandes corporaciones multinacionales en estrecha relación con la administración, cuyo principal cometido es obtener beneficios de la venta de libros, por lo que existe un gran interés en renovar libros todos los años, a pesar de que los contenidos son prácticamente los mismos. Este hecho por sí mismo se convierte en un contrasentido si pretendemos transmitir a nuestros alumnos un mensaje de consumo responsable. Además, las propias editoriales no serán precisamente las más interesadas en transmitir un mensaje no consumista.

3.2. DE LA AMBIGÜEDAD DEL CURRÍCULO A LA IMPORTANCIA DE LOS CONTENIDOS

No puede concebirse nuestro tiempo sin dar cuenta de la situación social y económica globalizada que modelan y contextualizan nuestra sociedad. Si hemos de desarrollar la competencia ciudadana y capacitar para el ejercicio de una ciudadanía activa en democracia, es imprescindible abordar la dimensión global del sistema social en que nos encontramos (Fundació Solidaritat UB, 2012), por lo tanto es de esperar que el currículo de Educación Primaria haga referencia a problemáticas actuales relacionadas con la globalización, como son la diversidad cultural, la convivencia, la solidaridad, la tolerancia, la sostenibilidad, el consumo responsable, etc.

Ya en el apartado “*Exposición de motivos*” de la primera página, el documento da cuenta de la importancia de adquirir capacidades para intervenir en la sociedad con autonomía, responsabilidad y actitud crítica, así como competencias básicas para la adquisición de destrezas para el desarrollo de una ciudadanía activa o de la inclusión social (Cantabria, 2007, p. 7399), competencias que sin duda han de sustentarse en un mejor conocimiento del complejo funcionamiento de la sociedad globalizada en que nos encontramos. La inclusión en el currículo del área de “*Educación para la ciudadanía y los derechos humanos*” pretende fomentar la formación en valores, orientados a educar para una ciudadanía global, desde el respeto y la defensa de los principios democráticos de convivencia, paz, solidaridad, tolerancia, igualdad y justicia social, tal y como recoge la Declaración Universal de Derechos Humanos, ya que uno de los objetivos de la Educación Primaria, según el Artículo 3, es preparar al alumnado

“para el ejercicio activo de la ciudadanía y respetar los derechos humanos, así como el pluralismo propio de una sociedad democrática” (Cantabria, 2007, p. 7400).

También en el apartado de Competencias Básicas, es decir, aquellos aprendizajes que se consideran imprescindibles, señalan la necesidad de adquirir conciencia respecto al *“uso responsable de los recursos naturales, el cuidado del medio ambiente, el consumo racional y responsable...”* (Cantabria, 2007, p. 7406).

Por otra parte, los diferentes bloques que agrupan los contenidos del área de *Conocimiento del medio natural, social y cultural* tienen el propósito, entre otros, de que el alumnado tome conciencia crítica sobre la problemática ambiental, económica y social, tanto del entorno próximo como del conjunto del planeta, lo que se acerca a la problemática de la globalización que nosotros planteamos en este trabajo.

Pero no solo del área de *Conocimiento del medio natural, social y cultural* podemos extraer cuestiones que podemos relacionar con la preocupación por la ciudadanía global. *Educación artística, Educación física, Lengua castellana y Literatura, Lengua extranjera y Matemáticas* también hacen referencia a la cooperación, la diversidad cultural, interculturalidad o la convivencia.

A modo síntesis, podríamos decir que el currículo sí revela de algún modo su inquietud por los aspectos menos optimistas de la globalización que venimos comentando a lo largo de este trabajo, sin embargo, se hace en términos ambiguos, que al final quedan expuestos a la interpretación de aquellos encargados de diseñar los libros de texto, los cuales, por lo general, acaban reflejando solamente los contenidos y criterios de evaluación del currículo, sin importar tanto los objetivos del mismo. Por otra parte, tanto aquellos que diseñan los libros de texto, como el profesorado encargado de impartir las clases, están muchas veces asidos al comportamiento excesivamente consumista del mundo globalizado en el que habitan, por lo que ese mensaje es transmitido al alumnado en forma de currículo oculto³.

3.3. CONOCIMIENTO DEL MEDIO Y LA OMISIÓN DE LA REALIDAD

Antes de pasar a analizar los textos del manual de Conocimiento del Medio de la editorial Santillana (2009), nos detenemos en la tabla de contenidos de las unidades que forman el curso escolar para obtener una visión general de aquello que podríamos

³ Se llama currículo oculto a aquellos aprendizajes adquiridos, aun no figurando en el currículo oficial. Según las circunstancias contextuales dichos contenidos pueden o no, ser "enseñados" con intención expresa. Cualquier entorno puede brindar aprendizajes no buscados ya que el aprendizaje se vincula a cualquier experiencia por la que pasa una persona, ya sean escolares o no.

encontrar en alusión al objeto de estudio para este trabajo, globalización y consumismo. En la unidad 11, “La población y la economía de España y la de Europa”, hacen una alusión directa al consumo responsable en un apartado llamado “El mundo que queremos”. En este mismo apartado de otras unidades, sin hacer una mención explícita al tema que nos ocupa, podríamos pensar que quizá también estén vinculados con globalización y consumismo: en la unidad 6, “La electricidad y el magnetismo”, cuando habla de reciclar las pilas usadas; en la unidad 7, cuando habla de la energía y el desarrollo sostenible; por último, en la unidad 14, “La Edad Moderna”, donde un apartado titulado “En contra de la esclavitud” pudiera servir para hablar de una realidad actual y que sin embargo nos parece de tiempos pretéritos. Veamos, ahora sí, los contenidos que nos encontramos en los textos de este manual.

EL MUNDO
QUE QUEREMOS 

El consumo responsable

Vivimos en un mundo en el que cada vez consumimos más. Para producir tanto se recurre muchas veces a la explotación de niños y adultos, a la contaminación de la naturaleza o a la creación de residuos. Por ello, es necesario que practiquemos un consumo responsable y el reciclado de las cosas.

- Haced una lista con las medidas que podéis tomar para consumir menos en casa y en el colegio.

FIGURA 1. CONSUMO RESPONSABLE

Nos encontramos con agrado en la página 149 que se haga alusión al consumo responsable (Figura 1) de manera explícita, aunque es cierto que se hace de forma muy breve y como elemento accesorio dentro de otro tema vinculado a las actividades económicas de Europa. Por otra parte, se menciona de manera un tanto tímida la explotación infantil, cuando la realidad de la situación es bastante alarmante, puesto que cerca de 126 millones de niños realizan trabajos peligrosos en todo el mundo y más de 8 millones trabajan en condiciones ilegales, degradantes y peligrosas, consideradas como esclavitud, según un informe de Save the Children (2007). Al final del texto, de manera bastante simplista, expresa la necesidad de practicar un consumo responsable, eso sí, sin explicar qué significa o qué factores han de tenerse en cuenta para poder realizar un consumo responsable.

En la unidad 6, tan solo encontramos un pequeño comentario animando a reciclar las pilas usadas dado su poder de contaminación del suelo y del agua (p. 82). Se concibe el reciclaje como la gran solución para atajar los graves problemas ambientales, pero no se menciona la necesidad de disminuir la generación de residuos ni los procesos que los generan. Es en la unidad 7 donde más extensamente se hace referencia a nuestra actividad consumista, aunque lo hace únicamente desde el punto de vista energético y sus consecuencias medioambientales:

El uso de la energía causa problemas, como el agotamiento de los recursos y la contaminación, que es el origen, a su vez, del calentamiento global, la lluvia ácida y la aparición de residuos radiactivos (...) Para evitar el agotamiento de los combustibles fósiles, es fundamental ahorrar energía.

Además, los gobiernos deben promover el empleo de energías renovables, como la solar y la eólica.

(p. 96)

En la unidad 14 llegamos al texto “En contra de la esclavitud” (p. 184), que hace una pequeña mención sobre la esclavitud de los indios tras la conquista de América. Al final del texto, tras decir que la esclavitud todavía existe en algunos lugares del mundo, proponen al alumno escribir dos razones por las que debería suprimirse. Estamos seguros de que nuestros alumnos son capaces de encontrar multitud de motivos por los que la esclavitud debería suprimirse, sin embargo esta actividad sería mucho más enriquecedora si en su lugar nos preguntáramos por qué existe todavía la esclavitud o qué motivos llevan al ser humano a someter a otros a ciertas condiciones de trabajo o a tratarlos como seres inferiores.

EL MUNDO

QUE QUEREMOS



¡Que ningún niño pase hambre!

Aunque resulte increíble, hay países en los que los niños mueren de hambre. Carecen de lo mínimo para poder vivir. Algunos sobreviven, pero con graves problemas de salud, pues enferman debido a la falta de alimentos y agua.

Los países más ricos, como el nuestro, dedican parte de su dinero para ayudar a los más pobres y existen organizaciones que trabajan para combatir el hambre. Es bueno que todos nos concienciamos de este grave problema y apoyemos los esfuerzos que se hacen para luchar contra el hambre.

- Escribe una carta al alcalde de tu localidad para preguntarle si existe algún programa de ayuda a los países más pobres.

FIGURA 2. RICOS Y POBRES

Indagando un poco más en el resto de contenidos de este manual, además de aquellos que hemos mencionado en el índice, encontramos también textos interesantes que comentar. En la primera unidad, en la página 8, podemos localizar algún texto (Figura 2) que nos llama la atención. Son varios los mensajes que estamos transmitiendo a los alumnos desde este pequeño extracto. Nos dice que “*Aunque resulte increíble, hay países en los que los niños mueren de hambre*”, dicho así parece un suceso anecdótico, poco común y un tanto infantilizado, sin embargo, es un serio problema a escala global, y que quizá

sería más acertado ponerlo en perspectiva y decir que cerca de 8.000 niños menores de cinco años mueren cada día por falta de alimento o que 4.000 lo hacen por falta de agua potable y saneamiento adecuado (UNICEF, 2013), y lo que es más importante, también podríamos preguntarnos por qué hay hambre en el mundo, cuando la realidad es que se produce comida suficiente para 12.000 millones de personas y en el planeta habitan “solamente” 7.000 millones.

A continuación nos dice que “*Los países más ricos, como el nuestro, dedican parte de su dinero para ayudar a los más pobres...*”. Vemos en esta frase, por una parte, que se presenta a los países como algo estanco, homogéneo y perpetuo, es decir, los países, y por lo tanto todos sus habitantes, son ricos o pobres de manera inexorable, consecuentemente, a unos países les toca jugar el papel de ayudante y a

otros el de ayudado, lo que además sitúa a los países ricos en el papel de benefactor. Esto nos lleva a la siguiente reflexión: de acuerdo con la visión paternalista que ofrecemos a los niños respecto a nuestras responsabilidades con los demás, parece que todo se puede solucionar con el apoyo económico, así las cosas, no parece mala idea que los ricos sean cada vez más ricos. Por último, de nuevo llama la atención la actividad propuesta, un ejercicio que se limita a escribir una carta al alcalde para preguntar por la existencia de programas de ayuda a los países más pobres, que por lo tanto no brinda la oportunidad de reflexionar sobre el porqué de la existencia de la situación descrita y que además nos puede llevar a deducir que la responsabilidad para solventar ciertos problemas recae única y exclusivamente en nuestros representantes, librándonos automáticamente de toda responsabilidad como ciudadanos del mundo.

Podemos ver también en la página 110 que el transporte de larga distancia y alta velocidad es celebrado indiscutiblemente como signo de progreso, riqueza y bienestar.

Las personas pueden vivir lejos de sus lugares de trabajo y desplazarse diariamente en tren, autobús, automóvil (...) las mercancías viajan por todo el mundo en barcos y aviones, de modo que la distancia no es hoy un obstáculo para el comercio.

Se esconde que una buena parte de la insostenibilidad actual deriva del desarrollo de una sociedad basada en la distancia y en el transporte.

La mayor parte de los textos huyen de problematizar la realidad, especialmente de aquellos asuntos que son claves en el sostenimiento del modelo de desarrollo actual (producción, crecimiento, multinacionales, transportes, etc.):

La agricultura utiliza muchas máquinas y técnicas de cultivo para mejorar la producción. (...) La pesca es una actividad importante (...) Estos países han desarrollado una moderna flota pesquera de tipo industrial. (...) La explotación forestal se localiza, sobre todo, en los países del norte. La madera de los árboles se utiliza para la producción de muebles y de papel.

(p. 148)

3.4. MATEMÁTICAS PARA APRENDER A CONSUMIR

Si bien es cierto que las matemáticas son una herramienta indispensable para nuestra vida a la hora de realizar compras, no deja de sorprendernos la cantidad de situaciones donde se muestra una actividad de compra o de venta en las explicaciones o problemas planteados por los libros de matemáticas, dando la sensación en algunas ocasiones de que los libros de texto son un verdadero instrumento de educación para

aprender a consumir, y muestran de manera optimista la mercantilización de múltiples aspectos de la vida, normalizando, justificando y promoviendo así el consumo como un elemento esencial para las personas.



FIGURA 3. SANTILLANA, P. 46

Encontramos por ejemplo, que en el libro de la editorial Santillana existen numerosas fotografías o ilustraciones (Figura 3) que muestran unos grandes almacenes o un establecimiento de compra. Del mismo modo, un gran número de los problemas planteados consisten en una situación de compra/venta, llegando a aparecer este tipo de problemas en un tercio de las páginas del libro.

Menos sutil es el libro de la editorial Anaya, donde los contextos mercantiles aparecen de forma recurrente. Seis de las quince unidades que forman el temario, vienen introducidas por ilustraciones y actividades en las que aparecen situaciones de compra-venta, al igual que otras muchas páginas muestran este mismo tipo de contenido, algunas veces de forma injustificada y/o forzada. Sirva como ejemplo la unidad 1, en la que se utiliza el tema de los planetas para trabajar números y operaciones, sin embargo siempre aparece el proceso mercantil de alguna manera, bien sea planteando problemas relacionados con el precio de la entrada al planetario (Figura 4), con el dinero que gastamos para la compra de unos llaveros con la forma de planetas, con el valor de unos posters del Sistema Solar o con el balance mensual de la tienda del Planetario.



FIGURA 4. ANAYA, P. 6

3.5. CONCLUSIONES

Hemos visto que el currículo contiene numerosas referencias a aprendizajes clave relacionados con la globalización, necesarios para formar ciudadanos críticos y

responsables con su comportamiento como ciudadanos del mundo, por lo que nada impide que este tema sea abordado en la Educación Primaria, no obstante, estos se presentan de manera desvinculada y con diferente nivel de profundización según el área de que se trate. Al analizar los libros de texto damos cuenta de esta desagregación de contenidos relacionados con la globalización, pues aunque sí aparecen algunas menciones a los diferentes retos que nos enfrentamos en la actualidad (medioambiente, desigualdad, consumo responsable, etc.), lo hacen siempre de manera sucinta y como hechos no interrelacionados entre sí. Vemos por ejemplo en el libro de Conocimiento del medio de la editorial Santillana, que la mayoría de las menciones que se hacen a este tipo de problemáticas están dispersas a lo largo de las quince unidades que forman el temario, sin aparente conexión entre unos hechos y otros. Esta división de los saberes impide reconocer las relaciones causa-efecto entre nuestras acciones y sus consecuencias. La ausencia de una mirada sistémica del mundo no hace fácil desarrollar una verdadera educación para la sostenibilidad.

La pobreza o la exclusión apenas aparecen, y se exponen como problemas localizados y de menor importancia, lejanos en el tiempo o el espacio y en camino de solucionarse. La exclusión en el entorno más cercano a nosotros, propia de nuestro modelo de desarrollo y presente en nuestras calles, no suele figurar en los textos: personas sin hogar, inmigración sin derechos, parados de larga duración, etc.

Especialmente llamativo nos ha parecido el caso de los libros de texto de Matemáticas, que con frecuencia reduce su aplicación en la vida cotidiana a consumir y comprar. Esto es una muestra de que las editoriales dirigen sus esfuerzos a plasmar los contenidos que dicta el currículo, sin embargo reproducen conceptos y valores contrarios a los que aparecen como objetivos del mismo.

Tras realizar el análisis de los textos, tanto en los libros de Conocimiento del medio como en los de Matemáticas, creemos que muchas de las alusiones que se hacen a la globalización y al consumismo carecen de crítica. Se pone de manifiesto que la producción de bienes de consumo es algo imprescindible para alcanzar el bienestar de las personas y que no existen alternativas.

También es significativo todo aquello que no recogen los libros de texto: no hablan de los movimientos sociales alternativos, del consumo colaborativo, del comercio justo, de la autosuficiencia, de la agroecología, de la imposición de la comida basura, envasada o procesada sobre lo natural, de la presión que algunas multinacionales hacen a los gobiernos para legislar a su favor, de las malas prácticas

por parte de las grandes marcas, del uso de países pobres como vertedero mundial de basura electrónica, etc.

Aunque el análisis de esta pequeña selección de textos no pretende extrapolar los resultados obtenidos al resto de manuales, sí que nos sirve para percibir que la globalización y el consumismo no están siendo tratados en la Escuela Primaria con el grado de importancia que requiere un tema tan actual y tan influyente en nuestra sociedad.

4. CLAVES DE LA EDUCACIÓN INFANTIL PARA EL CONSUMO RESPONSABLE

El consumo está directamente relacionado con las necesidades, pero también con los valores, emociones, creencias y actitudes personales, por lo tanto, la formación del individuo es primordial para que este logre ser un consumidor responsable y reconozca las implicaciones que conllevan todas sus acciones como consumidor.

Para orientar el desarrollo de la educación hacia una ciudadanía comprometida activamente en la consecución de un mundo más equitativo y sostenible se ha de incidir en los conocimientos, habilidades, valores y actitudes que apuesten por la defensa del medio ambiente, la solidaridad, la valoración del individuo por encima de sus posesiones, el sentimiento de pertenencia a una comunidad global y el respeto de los derechos humanos.

Creemos que la forma más adecuada para abordar este tema es que sean los propios niños quienes vayan extrayendo sus propias conclusiones a través de la investigación, ya que les servirá para familiarizarse con el proceso de evaluar y analizar antes de comprar. Trataremos de descubrir cómo se producen, qué recursos se utilizan o la procedencia de diferentes artículos de compra, para sensibilizar así a los alumnos sobre la importancia del consumo consciente, inteligente, solidario y sostenible. Todo esto ha de relacionarse con el contexto más cercano al alumno, creando así una conexión entre los conocimientos que ya tiene y los que irá adquiriendo. Además, la comunidad educativa en su conjunto ha de educar en la misma dirección, sin embargo, deberán ser los propios alumnos los encargados de trasladar estos conocimientos a sus familias y no al revés.

De lo expuesto anteriormente podemos extraer unos principios que marquen nuestra actuación docente en todos los ámbitos:

- **Principio de contextualización:** es necesario incorporar el contexto del alumno, porque es ahí donde puede ubicar las referencias y relacionar así las nuevas experiencias con las ideas que ya tiene.
- **Principio de acción:** el niño necesita hacer, ser parte activa en el proceso de su propio aprendizaje, en oposición a la escuela de estudio y expositiva.
- **Principio de curiosidad:** si no se identifica un problema no se pueden plantear preguntas y por lo tanto no se puede resolver. El profesor debe ser un guía, ayudar al niño a que se haga preguntas y, juntos, tratar de encontrar respuestas. Es necesario fomentar el carácter inquisitivo en el alumno, o por lo menos no coartar la curiosidad innata del niño.
- **Principio de ejemplificación:** de nada sirve tratar de transmitir un mensaje verbalmente si con nuestras acciones enviamos un mensaje contradictorio.
- **Principio de verbalización:** verbalizar las propias ideas es el camino para superar la memorización rutinaria, formar el pensamiento y estructurar nuestra comprensión.

Algunos de los objetivos que pretendemos alcanzar con esta propuesta son:

- Fomentar el consumo responsable entre toda la comunidad educativa.
- Tomar conciencia de pertenencia a una comunidad global.
- Tomar conciencia de las consecuencias medioambientales y sociales que tiene nuestro consumo, tanto en el entorno más cercano como en el resto del planeta.
- Combatir estereotipos.
- Respetar y valorar a los demás.
- Analizar críticamente los mensajes publicitarios.

4.1. UNIDADES TEMÁTICAS PARA TRABAJAR EN PRIMARIA

A la hora de trabajar con nuestros alumnos de primaria es muy importante contextualizar el aprendizaje, por eso proponemos tratar las siguientes unidades temáticas: ropa y calzado, alimentación y tecnología, pues creemos que son más cercanas a los intereses y la realidad de los niños, sin embargo, es muy importante la labor del profesorado motivándoles, guiándoles y sobre todo teniendo en cuenta sus inquietudes, proceso que no es posible llevar a cabo con un libro de texto que basa su transmisión de conocimientos en sentencias cerradas e incuestionables.

Los alumnos han de entender que el consumo responsable no es solamente la elección de los productos y servicios en base a su precio, sino que se ha de tener en cuenta su impacto ambiental y social, sensibilizándose sobre el modelo actual de producción, distribución, consumo y sus consecuencias.

Aunque somos conscientes del amplio abanico que abarca esta propuesta, queremos que los alumnos comprendan el impacto que tienen nuestras actividades en cualquier ámbito de nuestra vida. Estos temas pueden ser abordados desde muchos puntos de vista: el energético, el transporte, los residuos, los derechos humanos, la salud, etc.

4.1.1. Ropa y calzado

Vestirse es una necesidad básica, sin embargo, hoy en día se ha convertido también en un elemento más de consumo, que incluso puede llegar a ser un elemento diferenciador y excluyente. En el sector textil especialmente, ha cobrado gran importancia el valor de la marca y, por lo tanto, la publicidad juega un papel emocional en el comprador. Además, gran parte de la producción de este sector se ha visto desplazada a aquellos países con costes salariales mucho más bajos y con condiciones laborales indignas.

Por lo tanto, esta unidad temática puede resultar interesante para que los niños investiguen sobre los procesos de producción de la ropa y calzado de las grandes marcas, pero también para reflexionar sobre cómo juzgamos a las personas por su manera de vestir, tratando así de combatir estereotipos.

Los niños pueden trabajar con sus propias prendas, persiguiendo, por una parte, averiguar dónde han sido fabricadas y por otra, encontrar noticias sobre las marcas que las fabrican para, finalmente, hacer una reflexión conjunta sobre la información obtenida.

Esta unidad temática resulta muy apropiada también para trabajar con la publicidad de las marcas. Los niños pueden escoger la marca de la prenda con la que han trabajado anteriormente o aquella con la que se sienten más identificados para analizar su publicidad en revistas, televisión o internet y tratar de extraer sus mensajes y analizarlos críticamente. Después se puede contrastar si los mensajes publicitarios que trata de transmitir la marca son coherentes con las noticias encontradas anteriormente.

LA MULTINACIONAL TEXTIL GALLEGA INSISTE EN QUE SE TRATA DE "CASOS EXCEPCIONALES"
Brasil acorrala a Inditex: detectados otros 30 talleres de 'esclavos' vinculados a Zara

TAGS > BRASIL INDITEX ZARA



Detalle de un taller textil legal desmantelado en Brasil (reporterbrasil.org)
José L. Lobo 19/08/2011 (06:00) 59

FIGURA 5. NOTICIA ESCLAVOS EN FÁBRICAS DEL GRUPO INDITEX

Sirva de muestra esta noticia⁴ (Figura 5) sobre una de las fábricas del grupo Inditex que puede ser contrastada con cualquier elemento publicitario de alguna de las marcas del grupo, un ejemplo que a los niños les puede resultar más cercano al tratarse de una empresa fundada originalmente en España, con marcas conocidas por ellos y que quizá también hayan escuchado como modelo de éxito en algún momento.

Hemos de tener en cuenta que este tipo de actividad puede ser aplicable a cualquiera de los otros puntos y son muchos los ejemplos similares que podemos encontrar.

4.1.2. Alimentación

El desarrollo de la agricultura y la ganadería industrializada ha cambiado radicalmente el panorama, apostando por el uso de productos químicos, los transgénicos o la tecnología y el consiguiente aumento del consumo energético. Estos avances han permitido aumentar sustancialmente la producción de alimentos, sin embargo, siguen existiendo muchas personas en el mundo que pasan hambre, debido en gran parte a la deslocalización de la producción alimentaria. A causa de la especulación financiera, los alimentos se han convertido hoy en mercancía, su función principal, alimentarnos, ha pasado a un segundo plano, lo que está teniendo una serie de costes sociales y ecológicos catastróficos aunque, a veces, invisibles para muchos de nosotros.

En este apartado queremos que los niños conozcan las ventajas que tiene el consumo de alimentos ecológicos, de temporada y de proximidad, frente a los productos procesados y envasados, normalmente por multinacionales. También dar a conocer la existencia de productos provenientes de un comercio justo, el cual pretende establecer relaciones internacionales justas e igualitarias y posibilita condiciones laborales dignas, eliminando intermediarios innecesarios y pudiendo fijar precios de forma consensuada con el productor. Aunque no es nuestra intención dar a entender que las redes de comercio justo son la solución al problema, sino una alternativa a las

⁴ Noticia completa: <http://www.elconfidencial.com/espana/2011/08/19/brasil-acorrala-a-inditex-detectados-otros-30-talleres-de-esclavos-vinculados-a-zara-82905>

injustas reglas del comercio internacional existente, pues la mayoría de estos productos siguen teniendo su origen en lugares lejanos al lugar de consumo, lo que no evita el problema del transporte de largas distancias.

Los niños pueden investigar sobre el origen de algunos productos importados que consumen habitualmente en sus hogares para luego elaborar un mapa e intentar averiguar el recorrido que han tenido que realizar para llegar hasta nuestras casas. De nuevo, es importante llevar a cabo una reflexión conjunta sobre las consecuencias que tiene adquirir este tipo de alimentos.

La educación como práctica social transformadora está comprometida con la construcción de una sociedad más justa e igualitaria. Por eso han de tenerse en cuenta los espacios educativos no formales y ámbitos informales, los cuales juegan un papel significativo en la transmisión de valores y conocimientos. Siguiendo el principio de ejemplificación, debemos dirigir la mirada en este punto hacia el comedor escolar, una muestra de la contradicción que se produce desde las propias instituciones escolares. El criterio que se valora para decidir qué empresa será la gestora del comedor escolar, siempre es el precio, por lo que estas siempre intentan presentar el precio más bajo, sin embargo, no nos preguntamos qué tienen que hacer estas empresas para poder ofrecer esos precios. Esto está declinando en que los colegios están dejando la alimentación en manos de grandes empresas de catering, las cuales están en sintonía con las grandes empresas de agricultura industrial, con lo que estamos reforzando este modelo de mercado injusto y antiecológico. Un ejemplo de buenas prácticas en este campo es la escuela El Rial de Sant Cebrià, que trabajan para cambiar este modelo a través de los comedores ecológicos, adquiriendo productos de proximidad y creando el menú escolar en función de los alimentos de temporada que los productores pueden ofrecerles en cada momento.

4.1.3. Tecnología

Hemos preferido abordar el tema de la tecnología en lugar de los juguetes puesto que, en la actualidad, los productos electrónicos tienden a imponerse sobre los juguetes más tradicionales, especialmente a partir del último curso de primaria con el paso del colegio al instituto. Hoy día es común que un niño disponga de uno o varios aparatos de este tipo: teléfono móvil, tableta, videoconsola, ordenador, reproductor de música, cámara de fotos digital o televisor propio y que además estos sean renovados con relativa frecuencia.

Este apartado da lugar a trabajar sobre la problemática social generada debida la obtención de las diferentes materias primas necesarias para la fabricación de este tipo de aparatos. Los conflictos generados en la República Democrática del Congo por la extracción del coltán es un ejemplo magnífico para poder tratarlo en la escuela, tanto por la claridad del problema como por la cantidad de información que podemos encontrar al respecto.



FIGURA 6. NOTICIA FABRICACIÓN IPHONE 5

Por otra parte, la fabricación de estos productos tecnológicos también está sujeta a ser criticada debido a las malas prácticas llevadas a cabo por diversas empresas conocidas del sector. Es también interesante en este punto conocer algunos casos reales, como pudiera ser la fabricación del teléfono móvil de la afamada marca Apple⁵ (Figura 6), quizá una de las representaciones más claras de la sociedad consumista de nuestros días.

Por último, es importante trabajar el tema desde el punto de vista ecológico, dado el poder contaminante de este tipo de productos electrónicos y la gran cantidad de residuos generados, debido en parte a la vertiginosa obsolescencia de los mismos, pero también a la rápida renovación que los usuarios llevamos a cabo sin existir una necesidad real. Además, gran parte de estos residuos están siendo exportados, a menudo ilegalmente, a países en vías de desarrollo, quienes ni siquiera disponen de los recursos adecuados para poder gestionarlos.

4.2. LA IMPORTANCIA DE LA COLABORACIÓN ESCUELA-FAMILIA

Quizá sea este uno de los apartados más significativos en lo que se refiere a la adquisición de hábitos de consumo responsable por parte de los niños. Sin lugar a duda, la familia es una de las principales influencias a la hora de transmitir pautas de consumo. Además, la influencia de otros contextos sociales, como los medios de comunicación, las amistades o la escuela, normalmente pasan por el filtro de la familia. Una gran parte de la educación para el consumo responsable se hace a través del ejemplo, con la vivencia directa en un ambiente de consumo responsable y moderado.

⁵Noticia completa: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tecnologia/iphone5-periodista-infiltrado-denuncia-condiciones-trabajo-fabricante-chino-2204070>

Solamente desde la escuela es muy difícil lograr una educación para el consumo responsable, es precisa la participación, colaboración e implicación de las familias con los centros educativos para conseguir que la formación de los niños se dirija en un mismo sentido, sin contradicciones. Por eso es muy importante de nuevo aquí la labor del profesorado, que no solo tiene la misión de transmitir unos conocimientos, sino que tiene que actuar como agente transformador haciendo participe a las familias.

Pero las familias, por lo general, inmersas en el mundo consumista, rara vez se paran a reflexionar sobre las consecuencias de sus acciones en este aspecto, por lo que sugerimos que sean los propios niños quienes trasladen los conocimientos adquiridos a su familia y sean los promotores del cambio, hecho que se tratará de constatar a lo largo del curso, estudiando si cada uno de los alumnos y su familia ha conseguido realizar algún cambio en sus prácticas como consumidor responsable. No se trata de que los niños o las familias transformen radicalmente sus hábitos de un día para otro, sino, de que vaya tomando conciencia de que cada uno de sus actos cuenta. No creemos en la conveniencia de que este tipo de actividades con la familia se reduzcan a la participación durante una única jornada en la escuela, que normalmente suele entenderse como un día lúdico que brinda la oportunidad de introducir a las familias en el centro y a los niños salir de las aulas.

5. BIBLIOGRAFÍA

ALMODÓVAR, J. A. & RODRÍGUEZ, M., (2009). *Matemáticas 6 Primaria*. Madrid: Santillana Educación, S.L..

BAUDRILLARD, J., (1970). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A..

BAUMAN, Z., (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, S.L..

BAUMAN, Z., (2010). *Mundo consumo*. Madrid: Paidós.

BONAFÉ, J. M., (2002). *Políticas del libro de texto escolar*. Madrid: Ediciones Morata, S.L..

CANTABRIA, (2007). *Decreto 56/2007, de 10 de mayo, por el que se establece el currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de Cantabria*, Volumen 100.

ENESCO, I., (2009). *El concepto de infancia a lo largo de la historia*. [En línea] Disponible en: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/psicoevo/Profes/IleanaEnesco/Desarrollo/La_infancia_en_la_historia.pdf [Último acceso: 29 julio 2014].

ESPAÑA, (2006). *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación*. s.l.:Boletín Oficial del Estado, 4 de mayo de 2006.

ETXEBARRIA, L. y otros, (2009). *Conocimiento del medio 6 Primaria*. Madrid: Santillana Educación, S.L.

FUNDACIÓ SOLIDARITAT UB, (2012). *Educación para la ciudadanía global desde el currículo*. [En línea] Disponible en: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/34623/7/educacion_para_ciudadania_global_desde_curriculo.pdf [Último acceso: septiembre 2014].

FUNDACIÓN LUIS VIVES, (2010). *Claves sobre la pobreza y la exclusión social en España*. Madrid: s.n.

FUNDACIÓN LUIS VIVES, (2007). *Pobreza, desigualdad y exclusión social*. [En línea]
Disponible en: <http://trabajandoenpositivo.org/documentos/materiales/5.1.2.Pobreza...doc>

[Último acceso: 2 agosto 2014].

GABILONDO, Á., (2014). *Participación infantil*. [En línea]
Disponible en: <http://blogs.elpais.com/el-salto-del-angel/2014/04/participacion-infantil.html>

[Último acceso: 1 agosto 2014].

GAITÁN, L., (2010). Ser niño en el siglo XXI. *Cuadernos de pedagogía*, Volumen nº 407, p. p. 13.

GIROUX, H. A., (2003). *La inocencia robada*. Madrid: Ediciones Morata, S.L..

GONZÁLEZ-DURÁN, M., (2013). *Consumismo infantil* [Entrevista] (14 febrero 2013).

OVEJERO BERNAL, A., (2002). Globalización, escuela y nuevas formas de exclusión social. *Aula abierta*, Volumen nº 79, pp. 153-175.

RAMOS, R. Y., (1997). *Desde la cooperación en la escuela a la cooperación para el desarrollo. (Una lectura del pensamiento de Freinet en los albores del siglo XM)*. [En línea]

Disponible en: http://www.fongdcam.org/manuales/educaciondesarrollo/datos/docs/A_docs/b_1_9_ryu_s.pdf

[Último acceso: septiembre 2014].

ROBINSON, K., (2011). *Redes - El sistema educativo es anacrónico* [Entrevista] (4 marzo 2011).

SAVE THE CHILDREN, (2007). *Save the Children*. [En línea]
Disponible en: <http://www.savethechildren.es/esclavos/trabajoinfantil.pdf>

[Último acceso: septiembre 2014].

TABLAS, Á. M. G., (2013). *Globalización* [Entrevista] (5 febrero 2013).

TUR, V. & RAMOS, I., (2008). *Marketing y niños*. Madrid: ESIC.

TUR, V. & RAMOS, I., (2008). *Tendencias de futuro en el mercado infantil*, Alicante: Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante.

UNICEF, 2013. *UNICEF*. [En línea]
Disponible en: <http://www.unicef.es/infancia/supervivencia-infantil>
[Último acceso: septiembre 2014].

UNICEF, 2014. *La infancia en España 2014*, Madrid: UNICEF Comité Español.