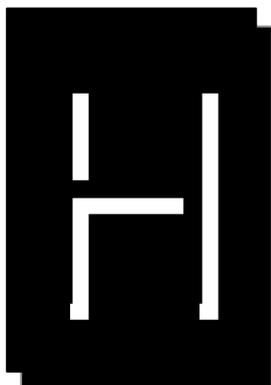


Prólogo

La Educación del Consumidor en



ace un par de decenios los españoles en general, y el pueblo andaluz en particular, comenzamos a salir de una difícil situación. Tras cuarenta años de una homogeneidad política que nos distanciaba de nuestro entorno geográfico y cultural, se inicia el período de transición hacia un sistema plural y democrático. Este importante cambio trajo consigo un nuevo estilo de vida en el que hay que destacar una ampliación progresiva de la capacidad de consumo.

El acto de consumir es específicamente humano, ya que, ciertamente, aunque todos los seres vivos consumen para subsistir, es el hombre el único ser vivo capaz de crearse necesidades artificiales. Consumir es un hecho inherente a la Humanidad desde sus orígenes. Sin embargo, a lo largo del proceso histórico, han cambiado los bienes objeto de consumo, la forma de consumir y el propio concepto. En las sociedades preindustriales la producción dependía de las necesidades y demandas.

Después de la revolución industrial, cuando las empresas están en condiciones de fabricar productos en serie, el objetivo ya no es cómo dar salida a la sobreproducción, sino cómo fomentar en los ciudadanos la demanda de tales productos. Consecuencia de esta nueva situación es la aparición en el mercado de una poderosa industria -sondeos, publicidad, estudio de mercados, etc.- destinada a crear nuevas necesidades para consumir nuevos productos. La función del consumo deja de ser la de satisfacer necesidades, para pasar a contribuir al sostenimiento de la producción.

Ante este giro dado por el consumo, los poderes públicos se ven en la necesidad de intervenir para que los ciudadanos no queden indefensos ante la poderosa persuasión ejercida por los potentes medios de comuni-

Guillermo Gutiérrez Crespo
Consejero de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía

Los Medios de Comunicación

cación de masas. Esta actuación se lleva a cabo por parte de la Junta de Andalucía a través de la promoción del movimiento asociativo de consumidores y de la educación y formación para el consumo, dotando de esta forma a los ciudadanos de los medios para que sean libres en la elección de los bienes que les sean necesarios.

Si la situación apuntada tiene una gran complejidad para las personas adultas, muchas más dificultades encuentra en los niños y adolescentes. La educación y formación de los consumidores debe iniciarse en el ámbito educativo desde las edades más tempranas. En este sentido, se ha dado un paso de gran importancia, ya que la Reforma Educativa ha introducido en los diseños curriculares el fenómeno del consumo. La educación del consumidor ha sido establecida con carácter transversal.

Pero no sólo se dirige a los niños y jóvenes alumnos, sino también a los docentes para que tomen conciencia del problema y lo afronten utilizando los nuevos modelos de desarrollo mental propuestos por Bruner. De esta manera, los profesores actuarán de acuerdo a las circunstancias personales y comunitarias de los educandos. No podemos olvidar que este colectivo es el más vulnerable de todos por ser destinatarios de productos específicos, receptor y protagonista de numerosos mensajes publicitarios, así como elemento que interviene en la decisión de compra en el seno de la familia.

Es de gran importancia la inclusión en la educación familiar y escolar el tema de los valores en relación con el consumo. La juventud es el sector social más proclive a los cambios del modelo consumista vigente. Es deseable y conveniente que padres y profesores faciliten el acceso a un sistema de valores alternativos al dominante, así como de instrumentos interpretativos de la realidad social en la que se desenvuelven.

Dado que el Grupo Comunicar -Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación- viene trabajando en la educación del consumidor desde la vertiente de los medios de comunicación, esta Consejería ha estimado conveniente la colaboración con dicho Grupo en la elaboración de este material curricular de apoyo al profesorado.