

“ENSEÑANZA DE LA ECONOMÍA PARA EL CONSUMO RESPONSABLE: UN GIRO IMPOSTERGABLE”

“Jerardo Mijaíl Gómez Oros” (1), “Rosalía Susana Lastra Barrios” (2)

¹ [Licenciatura en Gestión Empresarial, Universidad de Guanajuato] | jerardomigoor@hotmail.com

² Departamento de Gestión y Dirección de Empresas, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Marfil, Universidad de Guanajuato | lastra@ugto.mx

Resumen

La presente investigación se orienta a detectar y establecer puntos esenciales de enseñanza de la Economía que, se afirma, es posible introducir oportunamente y con facilidad en el nivel educativo primario, dentro del área de ciencias naturales. La finalidad es incidir en la concientización profunda del educando sobre la importancia de consumir con responsabilidad, aspecto determinante del futuro esperable para la humanidad; el momento es el propicio, al estar en formación los hábitos con que se conducirá el resto de la vida. Las fallas ecológicas globales lo exigen, y sea desde el consumo de bienes finales o el de insumos, la siembra de las reflexiones económicas a tratar, al menos para el caso de México, pueden determinar un cambio significativo para las siguientes generaciones.

Abstract

The present research is orientated to detect and establish essential points of education of the Economy that, steadies itself, it is possible to introduce opportunely and with facility in the educational primary level, inside the area of natural sciences. The purpose is to affect in the deep consciousness of the pupil on the importance of consuming with responsibility, determinant aspect of the future for the humanity; the moment is the propitious one, when are in formation the habits with which one will lead the rest of the life. The ecological global faults demand it, and be from the consumption of final goods or that of inputs, the sowing of the economic reflections to treating, at least for the case of Mexico, they can determine a significant change for the following generations.

Palabras Clave

Economía, sustentabilidad, enseñanza-aprendizaje, responsabilidad social.

INTRODUCCIÓN

Resulta incontrovertible que existe una correlación entre la función que tiene la educación familiar y la escolarizada para los resultados en la economía y la sociedad de cualquier país. Así, la economía de la educación es una especialidad que pone énfasis en por lo menos tres aspectos esenciales: la educación como gasto económico y su relación con la captación de recursos por la hacienda; en segunda instancia, la educación como inversión económica que contribuye al crecimiento económico, y finalmente, la educación como distribuidora de papeles económicos, es decir, la escolarización como factor de movilidad y mayor captación de ingresos individuales.

Por lo anterior, esta investigación se centra en valorar la incidencia de la enseñanza de la Economía como una herramienta útil para inducir prácticas en favor de la sustentabilidad, entendida como el uso de los recursos naturales que no abuse más allá de lo que la naturaleza alcanza a regenerarse. Se detectan los aspectos torales que posteriormente habrán de guiar el diseño de los contenidos esenciales que propendan a contribuir desde las aulas, a potenciar la conciencia social.

Glosario básico

Los conceptos esenciales que sirven para encuadrar nuestra propuesta, son los siguientes:

Enseñanza de la Economía

La Economía, entre las ciencias sociales, es insoslayable en la formación de toda persona, y para la vida académica de toda área disciplinar, pues su objetivo es ayudar a alcanzar el bienestar. Por su gran amplitud e intervención directa e indirecta en varias áreas, es piedra angular en la vida cotidiana desde su inicio y, en particular, para el estudiante con perfil administrativo. Por tal motivo, es relevante estar revisando con frecuencia los materiales con los cuales ha de detonarse la reflexión sobre cómo educar a la sociedad para llegue a producir, distribuir y consumir bienes y

servicios con responsabilidad social, hasta ahora a la mitad del camino, sólo para alcanzar rentabilidad, faltando fortalecer el cuidado del medio ambiente.

Consumo responsable

No hay manera de existir sin realizar un intercambio con el entorno, por medio del consumo. Sí, el consumo es una necesidad pero hay que analizar sus atributos (Lara, D. 2009).

La perspectiva educativa no puede olvidar que en el momento actual, el consumo no se reduce sin más a la adquisición de productos o signos superficiales, sino que ha de entenderse más bien como un proceso sistemático de personalización, no siempre optimizante porque, con frecuencia, sigue la línea de expansión de la lógica individualista y de la socialización en un conjunto de valores, que se retroalimentan y han acabado por ser un instrumento más al servicio del ego, en unas culturas más que en otras.

Responsabilidad social

La responsabilidad compete a una función característica del raciocinio humano; la del consumo requiere el análisis interdisciplinar entre psicología, política, administración, sociología, filosofía y, por supuesto, la Economía apoyada en las antes mencionadas. Desde esta perspectiva, la responsabilidad en el consumo se ha perfilado como un campo de estudio insuficientemente razonado, concentrado en el comportamiento del consumidor, sin diagnosticar los valores instituidos desde los primeros años de la persona. Cuando los alumnos llegan a estudios profesionales sobre negocios, tienden a volverse repetidores de teorías sin un significado positivo vivenciado, sin convicción profunda más que para la rentabilidad, sin perspectiva humana a futuro. Todo esto explica parte del estado actual del ecosistema.

Sustentabilidad

Desde una visión global, el consumo prevalece en el mundo como un factor de cambio, que hoy por hoy compromete las condiciones ambientales del planeta, por desorbitado, no sostenible, cuyas consecuencias afectan la forma de vida de las generaciones venideras. Al enseñar Economía en las carreras empresariales es crucial encontrar

puntos de sutura entre ambas dimensiones (Vallaes, F. 2007), sea tanto el ideal de autolimitación responsable de las necesidades, como el de la denuncia de los excesos de la sociedad de consumo, planteados desde la década de los años 1970, se han ido menoscabando ante los embates de los grandes intereses transnacionales, principalmente. Se han creado pseudo-necesidades, así como productos necesarios sólo en apariencia.

En la actualidad, los niños tienen más confianza en sí mismos, están más informados como consumidores, son más pragmáticos; crecen en una sociedad de consumo que los obliga a establecer un contacto temprano con el dinero. La socialización de los consumidores infantiles se puede entender como el proceso de información por el que adquieren conocimientos y habilidades relevantes para su funcionamiento como consumidores. Los niños conviven desde muy pronto con la seducción que ejercen las estrategias del consumo y, por ello, hay que tutelarlos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Detección de aspectos a reformular

- Ajuste al objetivo de la enseñanza de la Economía.- La Economía se viene ocupando de las cuestiones que surgen en relación con la satisfacción de las “necesidades” y “deseos” de los individuos en sociedad. La cuestión es que ello, enfocado únicamente a la generación de rentabilidad, implica una perspectiva muy recortada de lo que se puede hacer para corregir los efectos sub-óptimos. Se trata de enseñar desde niños que todo consumo implica beneficios y perjuicios, sea a quien lo ejerce, como al medio ambiente. Esto implica un ciclo perpetuo de diálogo en el mercado entre demandante-oferente-demandante.
- Concientización sobre el binomio “consumo-emisión de desechos”.- El consumo es simultáneo a la generación de

materiales de desecho o residuales en el proceso, agravada con lo que se entiende por modernidad, en virtud de la cual, y a medida que el orden avanza, se van generando desechos materiales y humanos que se amontonan en las fronteras de las ciudades (vertederos, entornos marginales) y, en consecuencia, la pérdida de derechos, con pobres leyes para los excluidos. De las fábricas parten a diario dos tipos de camiones: un tipo se dirige a los comercios y los grandes almacenes; el otro, a los vertederos. El cuento con el que hemos crecido nos ha adiestrado para advertir y preocuparnos tan sólo por el primer tipo de camiones. En el segundo, pensamos exclusivamente en las ocasiones –por fortuna aún no diarias– en las que la avalancha de residuos desciende de las montañas de basura y atraviesa las vallas destinadas a proteger nuestro propio patio trasero (Bauman, Z. 2007).

- Consumo vs. Excesos.- En la presente investigación detectamos que el consumo responsable y el exceso tiene una amplia relación, ya que constan de una secuencia similar, tanto el consumo responsable como el consumo en exceso, o excesos de desechos de las empresas, por lo cual es importante educar sobre los excesos de todo tipo, por dañinos. En la modernidad se postuló al consumo como una necesidad, pero a la vez, se crearon las circunstancias, a tal grado, que se estableció como regla socioeconómica que el consumo era base del crecimiento, y por tanto, sostén fortísimo e irrenunciable del desarrollo humano (Martínez, C, 2007), cosa que se requiere repensar.
- Prácticas de las transnacionales. Sabido el alto impacto global que ejercen las empresas transnacionales sobre el medio ambiente, es evidente que un aspecto poco abordado en los cursos tradicionales de Economía es la amoralidad y la inhumana

forma de su actuar, incluso sobre las personas (Arellanes, 2002). Si desde la vida escolar se introyecta la importancia de un actuar solvente, las probabilidades de actuaciones en contra disminuirán. El principio es no traicionar al planeta y a la sociedad.

- Referentes de “la felicidad”.- Se requiere introducir contenido que diagnostique por grupos culturales el imaginario colectivo de la creencia de que la acumulación de mercancías es fuente de felicidad y sinónimo de éxito personal. El concepto detonador es la creación de pseudo necesidades. La sociedad de consumo no se reduce a la necesidad de expansión y acumulación, sino también al despliegue de toda una estrategia de seducción ante la elección de lo que la abundancia permite; la reflexión ha de girar en torno al motivo de que esa aspiración es una emulación: el consumidor se compara con quienes le rodean, considera a quienes acumulan más y pugna por superarlos.
- Enseñanza temprana sobre el sentido del dinero.- Una forma práctica de calibrar el costo de lo consumido, es compararlo con el número de horas de trabajo empleadas para lograrlo; de este modo los hijos pueden tener una primera idea de las posibilidades reales de su economía. Así, la educación para el consumo queda vinculada al manejo y conocimiento del valor del dinero, aspecto con escaso tratamiento educativo y en el entorno familiar. Hablar del tema es un tema tabú, con independencia del nivel de la familia, existe la convicción de que tratar de dinero con los niños es inútil, inducir al materialismo o cuestión de mal gusto. Los niños son capaces de entender a distintos niveles didácticos los planes de la familia, potenciando su responsabilidad en las decisiones familiares, siendo una

dimensión práctica que los prepara para ser consumidores responsables.

2. Horizonte teórico

Los estudios que se comenzaron a desarrollar propiamente sobre lo que hoy se denomina Economía de la Educación, tienen una referencia histórica que va de los estudios del economista ruso Strumilin, a principios del siglo XX sobre la inversión en educación e inversión en capital físico (Carnoy, M, 1983). Schultz (2004) comienza por hablar de la inversión en capital humano, sugiriendo que la economía crece no solamente por la inversión del capital tradicional, sino por el capital humano como factor de producción. Más ese enfoque ha sido superado por los tratadistas de la sustentabilidad. Es importante reformular el contenido teórico que se imparte en las aulas de los profesionales de la Economía, hacia los autores que enfatizan la producción sustentable y el consumo responsable, para que a su vez sean capaces de formular estrategias de enseñanza de los conceptos clave desde la primaria, la secundaria y así sucesivamente. El caso es introducir con metodologías de enseñanza acorde a la edad del aprendiz, las reflexiones centrales de *los teóricos clásicos y de vanguardia*.

MATERIALES Y MÉTODOS

El método utilizado fue la exploración temática panorámica en el equipo de investigación de la Dra. Lastra, seguida de la delimitación del objeto de estudio y la colecta de fuentes de información de primera, segunda y tercera mano. Se asistió a clases con la Dra. Lastra, a su labor como jurado en la Expo Ciencias 2015, a una conferencia sobre utilización de bases de datos del INEGI, a un seminario con la Dra. Shafía Succar sobre sustentabilidad, así como a la sesión de exposición de protocolos de investigación de la Maestría en Investigación Educativa.

Ese conjunto de actividades se ajustó al cronograma pactado con la asesora, de tal modo que terminado el periodo fijado para el análisis de información, en esta semana el trabajo se concentró en la discusión de los resultados en torno a la conjetura de la necesidad y viabilidad de la reformulación de la orientación y contenido de las materias de Economía en los distintos grados de educación formal, así como en la elaboración del presente informe.

CONCLUSIONES

La participación en el proyecto de enseñanza de la Economía de la Dra. Lastra me permitió redimensionar el enfoque del objeto de mi práctica profesional, especialmente en torno a la idea de que consumir de forma racional es consecuencia de la libertad que cada cual asume en su albedrío, constitutiva de una de las cualidades específicas del ser humano.

La detección de las dimensiones a reformular los contenidos de Economía tratadas, es el producto neto del análisis de la información colectada y de las discusiones en equipo. No obstante, fueron igualmente valiosas las certezas en torno a aspectos colaterales, como que no se descartan como válidas las prácticas de promoción de los consumos altruistas que conducen a la compra de productos verdes que, aún caros y que no corresponden a las características observables en los datos demográficos, socio-económicos, culturales, de personalidad y actitudes del mexicano, por lo cual no son la solución de fondo. Ahora entiendo que ello es sólo una práctica tibiamente remedial, pues esos productos han dado paso a la fiebre por productos bio, de tiendas ecológicas y de dietética sana, pero aún dentro de la espiral del consumismo y no del fomento de la limitación reflexiva, si bien ahora orientados “por moda” a las bio-industrias, eco-productos y oferta de tecnologías limpias; se trata de una nueva modalidad de consumo: el eco-consumismo.

La mayor conclusión es que el consumo ha de entenderse como una práctica que ayude a crecer y realizarnos, tanto si lo consideramos como la etapa final de un proceso económico (producir un bien o servicio que sea útil al consumidor), como si lo consideramos un proceso tecnológico (transformación de un producto en otro bien útil o servicio mediante su consumo).

De introducirse en las escuelas los contenidos en el sentido propuesto, estaremos en la perspectiva de que la falta de colaboración familia-escuela sólo tardará un par de generaciones, pues lo aquí detectado en lo sucesivo para el consumo operará ya con el ejemplo colectivo, con la vivencia directa en cada familia, en un ambiente de moderación y reflexión respecto a cada bien y servicio a consumir.

El consumo es un asunto educable y susceptible de intervención pedagógica y, por ello, hay que sentar las bases y los principios de acción que empiecen por abatir la ignorancia. La fijación de los contenidos específicos para cada nivel educativo sobre consumo responsable, ha de intensificar el uso de casos ejemplares y también contra-ejemplos que, en torno a los aspectos aquí desarrollados, proporcionen información de alta pregnancia, que permita el desarrollo de creencias y valores de largo alcance, con la toma de decisiones congruentes. Preparando la propuesta de contenidos, para ponerla en manos de los directivos escolares.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, principalmente a mi madre por apoyarme siempre, a los colegas que me apoyaron en las reflexiones, a los organizadores de éste evento y a la Universidad de Guanajuato, por la oportunidad de iniciar mi formación como investigador científico, en especial a mi asesora, la Dra. Rosalía S. Lastra B.

REFERENCIAS

- Arellanes, J. (2002). La empresa trasnacional. Leviatán del siglo XXI. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Bauman, Z. (2007) Vidas de consumo. 1ª Edición. 2007. México Fondo de Cultura Económica.
- Carnoy, M. (1983). Economía y educación. España, Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales-Universidad de Málaga. N. 12. Pp.17-57.
- Lara, D. (2009). Consumo y consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes universitarios en México Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas
- Martínez., O. (2007). Saber, poder y basura. La imposibilidad de resolver el problema de la basura en el contexto del capitalismo. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Shultz, T.P. (2004). "School Subsidies for the Poor: Evaluating the Mexican Progresa Poverty Program", *Journal of Development Economics* 74:2 (June); 199-250.
- Vallaes, F (2006), Breve marco teórico de la Responsabilidad Social Universitaria. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú.