



Educar en el consumo responsable

“El consumo se ha convertido en un problema: en los cincuenta era eufórico, moderno, salías de la tradición. Hoy siento que es un problema. Mire el movimiento de los chalecos amarillos en Francia. La gente no llega a fin de mes. No es una liberación. En una sociedad de hiperconsumo hay muchos cargos nuevos, desde Netflix hasta el móvil. “La gente quiere vacaciones e ir al restaurante”, dicen los chalecos amarillos. Yo soy de familia muy modesta, en los cincuenta no iba a ningún restaurante y no sufría nada. La civilización de la ligereza nos ha dado el deseo y ha creado una contradicción permanente. El hiperconsumo ha penetrado en las conciencias. Pero para nada soy de los que diabolizan el consumo. Donde el consumismo se desarrolla la esperanza de vida crece, y el consumo da satisfacciones en su ligereza. Si no, la vida es siniestra. El problema grave es que los medios sean el fin. El consumo en nuestra sociedad ha ocupado demasiado lugar y hay individuos que viven para él. La aventura humana no puede reducirse a comprar marcas, uno espera otras cosas más que ser un consumidor. Es uno de los desafíos del siglo XXI, proponer a los jóvenes en las escuelas modelos de vida diferentes”.

Gilles Lipovetsky, filósofo, sociólogo y ensayista.

La revolución de los consumidores

Por un consumo más consciente y ético

En los últimos años, los consumidores hemos cambiado de mentalidad y nos hemos convertido en protagonistas de la transformación de empresas que están adaptando su modelo de producción a la demanda de productos más sostenibles. De hecho:

1. Se ha constatado la correlación entre [consumismo y sostenibilidad](#).
2. Para hacer frente a la emergencia climática se necesita [consumir de otra manera](#).
3. [El consumidor demanda](#) a las empresas prácticas de producción alternativas.
4. [La juventud se educa y educa](#) a sus mayores en el consumo responsable.

¿Cómo educar en el consumo responsable?

Es necesario despertar en el alumnado el sentido crítico con respecto a la publicidad y los estilos de producción de las empresas, y hacerlo consciente de su poder para crear una sociedad más consecuente, equitativa y sostenible, a través de un consumo ético.

Estas son algunas pautas de línea editorial de referencia:

- Utilizar una [terminología actual](#) en torno al concepto de consumo.
- Vincular el consumo responsable con el [desarrollo humano sostenible](#).
- Formar al alumnado en el análisis del etiquetado medioambiental y de bienestar animal de diversos productos, [como los huevos](#).
- Utilizar [cierta publicidad](#) para que el alumnado reflexione sobre el consumismo.
- Fomentar el [contraste de datos](#) utilizados en la publicidad.
- Analizar [el papel del consumidor](#) en el cambio de la publicidad que se elabora.
- Cuestionar la [comida rápida](#) y los [alimentos ultra procesados](#).
- Impulsar el uso responsable de [agua y de fuentes de energía](#).
- Potenciar el uso responsable del [móvil, los videojuegos, las redes sociales](#).
- Defender [condiciones de vida dignas para los animales](#) criados en granjas.
- Cuestionar la existencia de [animales enjaulados, amaestrados, fuera de su entorno](#).
- Plantear las consecuencias del consumismo [tecnológico](#), [textil](#), [de alimentos](#).
- Dar a conocer las características del [comercio justo](#).
- Destacar [lecturas de LIJ](#) relacionadas con el tema.
- Descubrir propuestas de la Fundación SM de [consumo educativo y solidario](#).

Nadie sabe más que todos juntos

¿Tienes dudas, sugerencias, aportaciones o quieres profundizar en este tema de línea editorial? Pon en común tus inquietudes en el Grupo Línea editorial de Yammer o contacta con el [equipo de Línea editorial](#) de la Dirección Corporativa de Educación.