

El consumo tiene atrapados a los jóvenes; la sociedad se desentiende de educarlos

ECOESCUELA ABIERTA de *El Diario de la Educación*

Desde hace unas décadas las múltiples televisiones privadas irrumpieron en nuestras vidas para, supuestamente, hacérselas más amenas. Entremezclados con los multiplicados programas e informaciones en los medios audiovisuales llegaron infinidad de mensajes consumistas. Nos decían que estaban destinados a prestar un servicio completo al ciudadano que le permitiese mejorar su vida; nos mentían. Hoy, nos pueden llegar diariamente unos 3.000 mensajes sin solicitarlos –un millón al año si echamos cuentas–, a poco que estemos enganchados a redes y a la televisión; con solo unos 100 impactos de esta tenemos condicionada la vida.

Nuestros jóvenes son la diana publicitaria perfecta; los saben bien quienes gestionan las redes sociales. El consumo de los niños y jóvenes lo mueve hoy la mercadotecnia. Los eslóganes de las campañas explotan el hecho de que cuando se porta un estilo, en forma de ropa o complementos, lo que se desea es atraer con la imagen, al margen de sentirse cómodo o gratificarse personalmente.

Seguir leyendo en [*El Diario de la Educación*](#)