

¿ELEGIR HALLOWEEN?

Quiero empezar diciendo algo que quizá sorprenda: no vengo a prohibir nada. No vengo a decirles que sus hijos no pueden disfrazarse ni comer caramelos. Vengo a hacerles una pregunta.

La pregunta es esta: cuando celebramos Halloween en el colegio, ¿estamos transmitiendo una tradición o estamos siguiendo un catálogo?

A todos nos gusta que los niños disfruten. La pregunta no es si Halloween es divertido —lo es, y no hace falta demonizarlo—. La pregunta es si el colegio, que es un lugar de transmisión cultural, debe limitar su repertorio otoñal a una fiesta que no tiene raíces aquí, que llegó hace apenas dos décadas y que, a diferencia de las tradiciones que sí son nuestras, viene con una factura adjunta.

Quiero proponerles algo distinto a la prohibición: **ampliar el repertorio**.

No quitarles una fiesta a los niños, sino ofrecerles también lo que ya era suyo y que se está diluyendo.

Vamos a hablar de tres cosas: de lo que Halloween es realmente (un producto global, no una tradición local).

De lo que teníamos y seguimos teniendo (una memoria propia, alegre y comunitaria).

De lo que México nos enseña sobre lo que significa tener una relación propia con la muerte. Al final, les propondré algunas ideas concretas para el colegio. Nada de esto es una cruzada moral; es una invitación a elegir con conocimiento de causa.

Halloween NO es de tradición europea; es una importación comercial

Hagamos un ejercicio de memoria. Hasta hace no más de dos décadas, Halloween era, por ejemplo, en España una rareza que salía en las películas americanas, un carnaval extraño que no encajaba con ninguna festividad conocida. No era una tradición que se hubiera transmitido de abuelos a padres y de padres a hijos. Era algo que se veía en “la pantalla”.

Ahora es una fiesta “bien asentada” e “insoslayable en cualquier hogar con niños”.

¿Qué ha cambiado?

No ha cambiado nuestra memoria: han cambiado nuestras pantallas. La globalización, el cine, la televisión y, sobre todo, las plataformas de streaming y las redes sociales han hecho que las calabazas y el “truco o trato” se asuman “como algo de toda la vida”.

Pero no es de toda la vida. Es de hace 20 años. Y una tradición no se mide por cuánto ruido hace, sino por cuánto tiempo ha estado sosteniendo a una comunidad. Halloween no ha sostenido a ninguna comunidad aquí: se ha superpuesto a las que sí existían.

La prueba del dinero: cuando la fiesta es el negocio

Vamos al dato que más incomoda, porque es el que menos se puede discutir. En Alemania se destinan ya más de 600 millones de euros a Halloween.

Solo el sector del ocio nocturno factura 200 millones de euros con esta fiesta, un 2% más que el año anterior.

Entre el 85% y el 87% de los locales de ocio nocturno organizan eventos especiales de Halloween; es la segunda noche más importante del año para el sector, solo por detrás de Nochevieja.

El gasto medio por consumidor ronda los 133 euros; en Berlín sube a 138 euros por persona. En 2025, la facturación por productos de Halloween superó los 500 millones de euros, por encima de los 440 millones del año anterior.

¿Por qué les cuento estas cifras?

No para hacer un juicio moral sobre el consumo. Les cuento porque revelan la naturaleza de la fiesta. Como señala una profesora de Economía, para una campaña de marketing del 1 de noviembre, Halloween es mucho más atractivo que “la castañeada” o las visitas al cementerio “porque se centra en la diversión, los disfraces y la fiesta”.

No es de extrañar que marcas y empresas hayan abrazado el “truco o trato” con entusiasmo.

La pregunta que les lanzo **no** es “¿por qué celebran Halloween?”, sino:

“¿Qué parte de lo que hacen en Halloween viene de una decisión propia y qué parte viene de un catálogo?”

Esas preguntas incomoda más que cualquier prohibición, y abre la conversación.

Un mapa de tradiciones olvidadas

Halloween no viene a llenar un vacío. En muchos países del sur de Europa, el final de octubre y el 1-2 de noviembre han tenido formas propias de celebrar y recordar a los difuntos, muchas de ellas alegres, comunitarias y no tristes. No se trata de idealizar un pasado triste, sino de recuperar una forma de estar juntos que ya existía.

Sólo en España:

Los Finaos, en Canarias. La noche de difuntos las familias se reúnen para contar historias, comer castañas asadas, nueces, higos y alguna copa de vino o anís dulce. Es una forma canaria de recordar a los seres queridos ya fallecidos.

La Castanyada, en Cataluña. Castañas asadas, panellets —pequeñas bolas de masa de boniato, azúcar y piñones—, acompañados de moscatel.

El Magosto, en Galicia, Cantabria, Asturias, León, Zamora y Salamanca. Se asan castañas junto al fuego y se acompañan de chorizo y vino.

El Samaín gallego, El Amagüestu asturiano, La Chaquetía extremeña, El Gau Beltza vasco,

El Gaztañerre vasco-navarro, **los Tosantos** gaditanos —donde se disfrazan conejos, pescados y cerdos en los mercados—, **Las ánimas de Soria**, con lecturas de Bécquer al pie del Monte de las Ánimas.

Fíjense en un detalle precioso: en **Extremadura** los niños recorrían las calles pidiendo castañas, igual que en **Canarias** durante la Noche de los Finaos. El gesto de pedir de puerta en puerta ya existía aquí, pero lo que se pedía eran castañas, no caramelos envasados. La forma era parecida; el contenido era distinto. Y el contenido importa.

La diferencia no es el ruido; es el sentido

Frente al “*no ruidos, sino silencio; no zombis, sino recuerdos*” que caracterizaba estas fechas, Halloween introduce ruido, espectáculo y consumo. Pero quiero ser justo: no se trata de que las tradiciones oriundas fueran solemnes y tristes. Al contrario: eran fiestas. Se comía, se bebía, se contaban historias, se hacía comunidad. La diferencia no es la alegría; es la dirección de la alegría. En las tradiciones propias, la alegría era una forma de acompañar la memoria y de estar juntos.

En Halloween, la alegría es el vehículo de un producto que se compra, se usa y se tira.

Un dato revelador: **los buñuelos de viento** recordaban la ligereza de las almas.

Los huesos de santo evocaban los restos de los difuntos. Cada dulce tenía un simbolismo. No era decoración comestible: era memoria comestible.

La amenaza no es Halloween; es el olvido

Alguien podría decir: “*Bueno, pero ahora se celebran ambas cosas. Halloween no ha eliminado la Castanyada ni el Magosto*”.

Es cierto, y es una buena noticia: muchas costumbres olvidadas se están rescatando al calor de esta moda. Pero también es cierto que, en la práctica escolar y familiar, Halloween ocupa casi todo el espacio simbólico de finales de octubre. La Castanyada se celebra un día; Halloween ocupa semanas de escaparates, disfraces y eventos.

El problema no es que Halloween exista. El problema es que está ocupando el lugar de una memoria que sí era nuestra, sin que hayamos decidido conscientemente que así fuera. Y una memoria que no se transmite, se pierde.

El colegio no tiene que ser el guardián de ninguna esencia, pero sí puede ser el lugar donde los niños descubran que **lo suyo** también es digno de celebrarse.

México, el espejo que nos enseña lo que sí es una tradición viva (y su advertencia)

Es una tradición que nació de un encuentro, no de un catálogo.

México es el contraste perfecto, pero con un matiz que conviene entender bien. El Día de Muertos no es una imposición externa. Nació del sincretismo entre las conmemoraciones católicas de los Fieles Difuntos y las cosmovisiones indígenas mesoamericanas.

Es una tradición íntima y familiar, centrada en honrar a los ancestros. Por eso la UNESCO la reconoce como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

México no es un paraíso incontaminado, y volveré a eso en un momento. Pero sí demuestra algo fundamental: una sociedad puede tener una relación con la muerte propia, significativa y no importada. No necesita calabazas de plástico para hablar de la muerte. Tiene altares, tiene flores, tiene comida, tiene memoria. Y eso no es una curiosidad turística: es una forma de estar en el mundo.

La advertencia: **cuando la tradición se convierte en producto, incluso lo auténtico se distorsiona**

Ahora bien, sería ingenuo presentar a México como un paraíso frente al imperialismo cultural. Porque México vive hoy su propia batalla contra la mercantilización de su fiesta. Lo que era un ritual comunitario sagrado, profundamente enraizado en la cosmovisión purépecha, se ha convertido en un atractivo cultural global *"impactado por el turismo, la industria del entretenimiento y la mercantilización del patrimonio"*.

El reconocimiento de la UNESCO y su proyección en productos mediáticos como Coco de Disney o James Bond: Spectre han generado orgullo, pero también tensiones: el ritual se convierte en espectáculo y la memoria colectiva y el sentido espiritual se ponen en riesgo. Hay incluso quien denuncia **"una voraz explotación comercial que no respeta a los indígenas ni a los recursos naturales"**.

Esto no invalida el ejemplo mexicano: lo hace más valioso. Porque demuestra que el problema no es una fiesta concreta, sino la lógica que convierte toda fiesta en producto. Halloween no es el único caso; es el caso más puro y más reciente en España.

La lección de México no es *"copiemos el Día de Muertos"*. La lección es: una sociedad que no cuida su memoria acaba viendo cómo su memoria se convierte en un artículo de consumo. Y eso vale para México y para España.

Propuestas concretas (no prohibiciones)

No les estoy pidiendo que sus hijos no se disfracen.

No les estoy pidiendo que el colegio prohíba Halloween.

No les estoy pidiendo que se sientan culpables por haber comprado un disfraz.

Sería absurdo y contraproducente.

La exclusión no viene de no disfrazarse; viene de no ofrecer a todos un relato cultural propio del que sentirse parte.

Si un niño celebra Halloween y no conoce el Magosto, no está siendo excluido de Halloween: está siendo excluido de su propia memoria.

Lo que sí podemos hacer:

Les propongo cuatro movimientos sencillos, que no requieren prohibir nada y que pueden empezar este mismo octubre-noviembre:

1. **Desplazar el foco** sin estigmatizar a nadie. El colegio no tiene por qué organizar la fiesta de Halloween como actividad central. Puede permitir que quien quiera se disfrace, pero sin convertir eso en el eje del día. La energía pedagógica se pone en otra parte.
2. **Ofrecer alternativas** atractivas, no sermones. Talleres de castañas y relatos de ánimas. Investigación sobre las tradiciones locales de cada familia —porque en un mismo colegio puede haber familias canarias, catalanas, gallegas, extremeñas—. Una exposición sobre el Día de Muertos mexicano, con su dimensión familiar y sincrética. Una visita guiada al cementerio, con mirada histórica y respetuosa. Un concurso de relatos de miedo ambientados en el pueblo o el barrio. Los niños disfrutan de lo propio cuando se lo presentan bien, igual que disfrutan de lo ajeno.
3. **Preguntar antes de comprar.** Una actividad sencilla para casa: durante una semana, anotar todo lo que la familia gasta en Halloween —disfraz, maquillaje, decoración, dulces, entradas— y sumarlo. No para sentar cátedra, sino para que cada familia vea con sus propios ojos qué parte de su ocio de octubre está diseñada por un catálogo. La conciencia no se impone; se facilita.
4. **Recuperar la dimensión comunitaria.** Las tradiciones propias no eran individuales: eran reuniones junto al fuego, familias que contaban historias, vecinos que compartían castañas. Frente a la fiesta del consumo individual —cada niño con su disfraz, cada casa con su decoración—, el colegio puede ofrecer una fiesta de la comunidad: una merienda compartida, un recital de historias, un taller intergeneracional con abuelos que cuenten cómo se celebraba antes.

En resumen:

No se trata de rechazar la diversión. Se trata de preguntar qué se gana y qué se pierde cuando se sustituye una memoria propia por un producto listo para usar.

Halloween no es una imposición malvada; es una importación cómoda. No nos obliga nadie a celebrarlo; simplemente, nos lo ponen fácil. Y lo que se pone fácil, se acaba celebrando. La cuestión es si, además de lo fácil, queremos ofrecer a nuestros hijos lo valioso. Lo valioso no siempre es lo que brilla más en el escaparate. A veces es una castaña asada, una historia contada junto al fuego, una visita al cementerio con flores y silencio, o un panellets hecho en casa.

La pregunta que les dejo no es “¿prohibimos Halloween?”.

La pregunta es: “¿Qué memoria queremos que nuestros hijos reconozcan como suya cuando sean mayores?”

Si la respuesta incluye algo más que calabazas de plástico, entonces esta conversación habrá merecido la pena.

“Pero a los niños les gusta Halloween. ¿No les estamos quitando algo?”

Nadie les quita nada. Se les ofrece algo más. Los niños disfrutan de las castañas, los cuentos de ánimas y las tradiciones de su tierra cuando se las presentan bien. El colegio no tiene que elegir entre diversión y tradición: puede ofrecer ambas. La pregunta es por qué solo una de las dos está organizada institucionalmente.

“Si no celebramos Halloween, los niños se sentirán excluidos.”

Es una preocupación legítima, y se resuelve no estigmatizando a quien participa de Halloween, sino desplazando el foco: el colegio no organiza la fiesta, pero sí enseña que existen otras formas de vivir esas fechas. La exclusión no viene de no disfrazarse; viene de no ofrecer a todos un relato cultural propio del que sentirse parte.

“Esto es un discurso conservador o religioso.”

No es un discurso sobre lo sagrado, sino sobre la diferencia entre tradición y producto. Se puede defender la Castanyada o el Magosto desde una perspectiva laica, cultural y comunitaria. De hecho, muchas de estas tradiciones tienen raíces precristianas y populares, no confesionales. La pregunta no es qué creencias profesamos, sino qué memoria queremos transmitir.

“¿No es exagerado hablar de ‘imposición’?”

Quizá la palabra “imposición” sea demasiado fuerte. Hablemos de importación cómoda: no nos obligan, pero nos lo ponen fácil, y lo fácil acaba ocupando todo el espacio. El problema no es que exista, sino que está sustituyendo sin que hayamos decidido conscientemente que así sea.

“¿Y si a mí me gusta Halloween y no quiero renunciar a él?”

Perfecto. Nadie le pide que renuncie a nada. La propuesta es añadir, no sustituir. Celebre Halloween si le apetece; pero pregúntese también qué parte de su memoria de octubre quiere legar a sus hijos. La libertad cultural empieza por conocer las opciones.