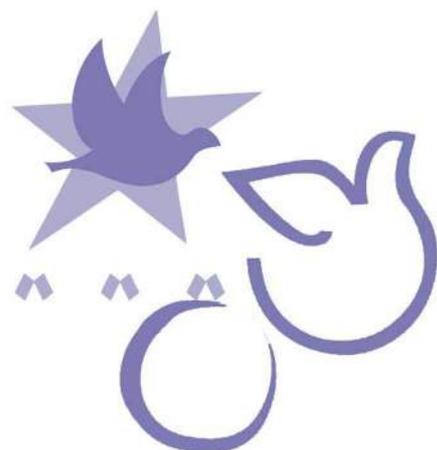


#ConsumoJusto



Ficha de trabajo a partir del documento base

Escuela de Padres y Madres



PROCLADE-PROYDE-SED
Departamento de Estudios e Incidencia Social

2

CUESTIONARIO:

Señala cuáles de estas acciones específicas llevas a cabo en tu vida y en la de tu familia:

1. Antes de comprar algo, ¿me tomo un tiempo para reflexionar sobre el producto?

Sí No A veces

*Si la respuesta es SÍ...

- Reflexiono sobre la necesidad de mi compra
- Reflexiono sobre la forma en que se ha elaborado el producto
- Reflexiono sobre la relación calidad/precio

2. Cuando mis hijos/as me piden algo que creo que no necesitan...

- Les digo que no se lo compro porque no quiero/puedo
- Intento razonar con ellos y explicarles por qué no lo veo conveniente
- Les suelo comprar todo lo que quieran para que no se sientan excluidos

*Si la respuesta es "b", expón alguna de las razones que les das:

3. ¿Cuál de estas acciones aplico al consumo en mi familia?:

Reducir Reciclar

Reutilizar Ninguna

Otra _____

4. ¿Compro productos de comercio justo?

Sí No Alguna vez No sé en qué consiste

*Si la respuesta es SÍ... ¿por qué compro productos de comercio justo?

- Por la calidad del producto.
- Porque creo que de esa forma contribuyo al desarrollo.
- Porque de esa forma amplío su influencia dándolo a conocer en mi entorno.

5. ¿Realizo alguna actividad alternativa a las formas de consumo habituales (grupos de consumo, trueque, banco del tiempo, etc.)?

Sí No

*Si la respuesta es SÍ...

¿Cuál es la actividad? _____

¿Dónde se lleva a cabo? _____

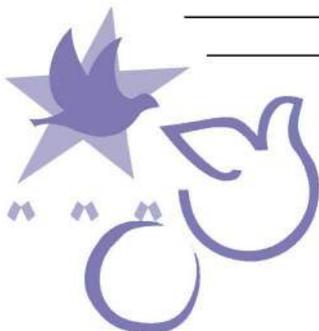
*Si la respuesta es NO...

- No conozco ninguna iniciativa
- No hay ningún grupo cerca de mi entorno

7. ¿Hablo a mis hijos/as sobre qué es el consumismo?

Sí No A veces

*Si la respuesta es SÍ, ¿qué les cuentas?



8. Creo que mis hijos/as pueden ver en mí una persona coherente con lo que les digo-hago en lo referente a...

Consumismo en general: Sí No

Despilfarro de alimentos: Sí No

Reciclaje, reutilización, reducción: Sí No

9. ¿En familia hacemos uso de sistemas colectivos y públicos de transporte?

Sí No Alguna vez

¿Por qué? _____

10. ¿Soy consciente de la huella ecológica que mi consumo de energía produce y así lo hago saber a mis hijos?

Sí No Se lo hago saber por cuestiones económicas

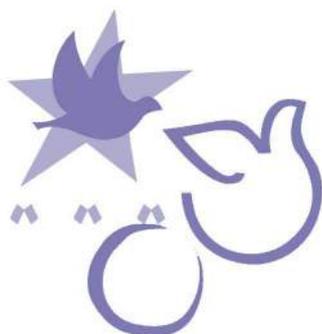
*Si la respuesta es SÍ... ¿en qué/a quién crees que afecta tu huella?

11. ¿Me intereso por lo que mis hijos comen en el comedor escolar y cómo lo hacen (si lo aprovechan todo, si comen productos de temporada, etc.)?

- Sí, les pregunto a ellos.
- Sí, pido información al personal del centro sobre comidas/actitud.
- Les pregunto a ellos y al centro.
- No me intereso, confío plenamente en la labor del colegio.

12. Me intereso por el origen y las condiciones en que son elaborados los productos que compro (tecnología, ropa, comida...) y lo comparto en familia para tomar decisiones.

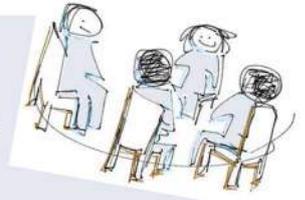
- Sí.
- Sí me intereso pero no lo comparto con mis hijos, tomo yo las decisiones.
- No me he interesado nunca por el tema.



Puesta en común del cuestionario:

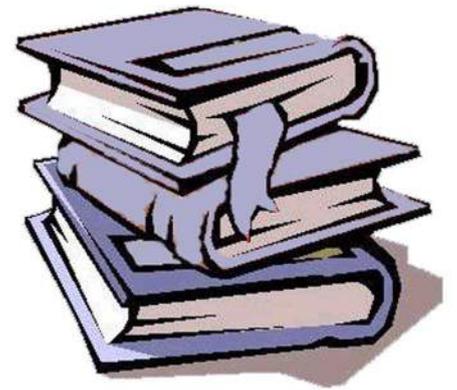
Una vez todos hayan finalizado los cuestionarios, la persona facilitadora invitará a comentarlo en grupo. Incluimos algunos ejemplos de preguntas que pueden orientarte:

- ¿Qué te ha hecho pensar el cuestionario?
- ¿Has oído hablar alguna vez sobre alternativas a las formas de consumo?
- Según el cuestionario, ¿crees que llevas a cabo un consumo responsable?
- ¿Piensas que este tipo de cuestiones deben tratarse solo en el centro escolar, solo en casa o ambos? ¿Por qué?
- Intenta recordar tu última compra: ¿conoces qué implicaciones tiene tu compra? **[la persona facilitadora puede apuntar a: explotación laboral de personas, contaminación del medio ambiente por eliminación de sustancias tóxicas en ríos, etc.]

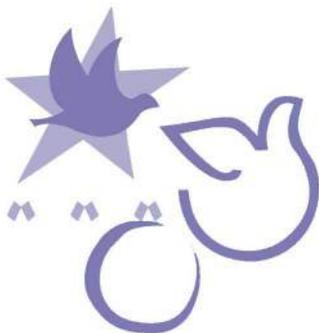
**3****Lectura: Consumo infantil**

En este punto planteamos e plantea una lectura personal de un artículo ("El consumismo infantil") y un extracto del libro "Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles" (Juliet B. Schor). Se darán 5 minutos para la lectura y se pedirá que señalen las frases que más les llaman la atención. Posteriormente, se iniciará un debate (incluimos preguntas orientativas al final). Se estima una duración total de 30 minutos, de los que 10 (máximo) sería para la lectura y 20 para el debate.

Si hay muchas personas, se puede incluso repartir las dos lecturas y comentarlas intercambiando puntos de vista.



*Se incluyen dos lecturas.
Imprimir solamente la lectura que la persona facilitadora estime más conveniente y entregar una por persona.



Vivimos en la sociedad del consumo. En ella, alrededor de la tercera parte de los adultos tiene problemas para controlar el dinero que gasta, incluso cerca del cinco por ciento llega a ser adicto al consumo de forma patológica.

En los países desarrollados, casi todos nosotros somos consumistas en mayor o menor grado, aunque no lleguemos a presentar patologías. En algún momento nos ha costado discernir entre la compra necesaria y la compulsiva, nos hemos dejado influenciar por una publicidad que estimula a vivir por encima de las propias posibilidades, hemos creído que nuestro prestigio social está determinado por lo que poseemos, o hemos querido llenar el vacío que crean las frustraciones y las insatisfacciones recurriendo a la adquisición de bienes materiales.

Los niños son grandes observadores del comportamiento consumista de los adultos de su contexto social, sobre todo de sus padres. Ellos se convierten en el modelo a seguir y, progresivamente van asimilando sus comportamientos para imitarlos. Si los adultos del entorno tienen todo lo que se anuncia en televisión, el niño desea lo mismo para él. Desde muy pequeño distingue perfectamente entre los objetos anunciados para niños y para los adultos. Los niños son los destinatarios preferidos del sector publicitario porque son fácilmente manipulables y, abusando del deseo de los padres de ofrecer "lo mejor" a sus hijos, mandan un continuo bombardeo de anuncios para estimular el deseo de poseer bienes materiales de los pequeños, anhelo que nunca queda satisfecho y conduce a incrementar las exigencias de los niños. Por otra parte, la publicidad también pretende mostrar a los padres lo que deben ofrecer a los hijos para que, supuestamente, sean felices. Incluso los padres más responsables no pueden evitar plantearse dudas respecto a si sus hijos tienen todo aquello que necesitan. Les basta observar a otros niños para creer que no ofrecen las mismas posibilidades a sus hijos si no compran "lo último del mercado" y, con frecuencia, compran objetos sin que los niños expresen que los desean, incluso algunos que los hijos nunca hubieran pedido.

Los padres también estimulan el afán consumista de los hijos cuando quieren agradarlos a toda costa en el menor tiempo posible. Lo mismo ocurre cuando les ofrecen bienes materiales para compensar el poco tiempo que pasan con ellos, o para evitar conflictos y reproches. Es frecuente que el padre y la madre pasen demasiadas horas fuera del hogar trabajando para conseguir más dinero con el que consumir servicios y objetos materiales para la familia y, sobre todo para los hijos. En esta rueda nefasta del trabajo para el consumo, muchos padres llegan a culpabilizar explícita o implícitamente a los hijos por la situación, perjudicando las relaciones afectivas familiares y el desarrollo emocional de los pequeños.

Saber que este tipo de problemas es común en la mayoría de familias de clase media, no implica que los padres deban conformarse con esta situación. Su responsabilidad como primeros responsables de la educación de los hijos debe conducirlos a definir estrategias que les protejan del consumismo, transmitiendo los valores adecuados para convertirse en personas seguras de sí mismas, y ayudándolos a vivir de forma plena y feliz.

En general, hay unas pautas que conviene seguir:

- No permitan que nadie, y menos los medios de comunicación, les diga lo que es mejor para sus hijos.
- No comparen a sus hijos con los demás niños. Cada ser humano es único y tiene unas capacidades y necesidades diferentes a las del resto.
- Tampoco se dejen llevar por una "competición consumista", comprando solo para que sus hijos tengan más que los demás.
- Cuidado con las expectativas exageradas. No utilicen a sus hijos para cumplir sus deseos de prestigio o reconocimiento. Mediten sobre la diferencia entre lo que ustedes desean y lo que desean sus hijos.
- Recuerden que nunca podrán satisfacer los deseos de compañía, cariño y dedicación de sus hijos con bienes materiales.

NACIDOS PARA COMPRAR. LOS NUEVOS CONSUMIDORES INFANTILES

La sociedad estadounidense es la más consumista del mundo. La gente trabaja más horas que en cualquier otro país industrializado. Los niveles de ahorro son menores. Los créditos concedidos al consumo se han disparado, y aproximadamente un millón de hogares se declaran insolventes todos los años. Existen más de 46.000 centros comerciales en todo el país, y su incremento, desde 1986, ha sido de dos tercios. A pesar de que el número de integrantes de la unidad familiar ha disminuido, el tamaño de las viviendas experimenta un rápido aumento. Entre los habitáculos con más demanda se encuentran los vestidores y los garajes para tres y cuatro vehículos, que sirven para almacenar cantidades inauditas de objetos de todas clases. Según mis estimaciones, el adulto medio adquiere, a lo largo del año, cuarenta y ocho nuevos artículos (de manera análoga, también se desprende de una gran cantidad de cosas, a un ritmo sin precedentes). [...] Los observadores culpan a la televisión de los bajos niveles de compromiso cívico, de la falta de cohesión social y del declive de la socialización cotidiana. [...]

Los artífices de esta cultura –las empresas que fabrican, venden y anuncian los artículos de consumo– ya han fijado su atención en los niños. A pesar de que estos llevan tiempo participando en el mercado del consumo, hasta hace poco eran actores secundarios, compradores de mercancías baratas. Atraían una porción menor del talento y los recursos de las empresas y se llegaba a ellos, en gran medida, a través de sus madres. Pero las cosas han cambiado. Los niños y los adolescentes constituyen ya el epicentro de la cultura del consumo en Norteamérica. Capitalizan la atención, la creatividad y el dinero de los anunciantes. Sus gustos marcan las modas del mercado. Sus opiniones definen las estrategias de las marcas. Y, sin embargo, son pocos los adultos que reconocen la magnitud de este cambio, así como sus consecuencias para el futuro de nuestros hijos y para nuestra cultura. [...]

Parte de mi investigación para el libro sobre el gasto la llevé a cabo a través de entrevistas con personas que deliberadamente rechazaban el estilo de vida de los consumidores, y que no se limitaban a trabajar menos.

Escuela de Padres y Madres

Y descubrí que resultaba prácticamente imposible dar con padres de hijos pequeños que se ajustaran a ese perfil. En aquel momento, lo justifiqué planteándome que tener hijos resulta caro, o que la mayoría de los padres no desea imponer un régimen de consumo reducido a sus hijos.

Finalmente llegué a la conclusión de que esa ausencia de padres que renuncian al modelo consumista revelaba una tendencia significativa en la cultura del consumo. Los niños se han convertido en vehículos que trasladan el mercado al hogar, el eslabón entre los anunciantes y el bolsillo de las familias. Los más jóvenes son depositarios del saber y la conciencia consumista. Son los primeros en adoptar muchas de las nuevas tecnologías, de las que son ávidos usuarios. Son los miembros del hogar que muestran un deseo más vehemente por los artículos de consumo, y los que están más al corriente de los distintos productos, marcas y últimas modas. Los mundos sociales de los niños se construyen cada vez más en torno al consumo, pues las marcas y los productos han pasado a determinar quién está al día y quién no lo está, quién sigue la moda y quién no, quién merece tener amigos, o estatus social. En un mundo semejante, ¿cuántos padres optan por renunciar al consumo o por simplificar su vida? Se trata de un paso radical que muchos niños no aceptan de buen grado. [...]

Nos hemos convertido en un país al que no le importa tanto educar a sus hijos para que prosperen social, intelectual e incluso espiritualmente, como adiestrarlos para que consuman.

Extracto del libro "Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles", Juliet B. Schor, Paidós Ibérica, 2006.



Reflexión y debate

- ¿Qué frases has señalado y por qué?
- ¿Eres consciente del poder que la publicidad tiene en tus hijas/os? (Ejemplos)
- ¿Has probado a llevar a cabo alguna alternativa al consumo habitual con tus hijos/as? Compártela si quieres.
- Cuando piensas en consumo responsable, ¿piensas más en ahorro económico, en ecología o en justicia social? (o en todas a la vez, o en ninguna).

Ficha 1: Escribiendo la carta a los Reyes Magos...

Imagínate escribiendo la carta a los Reyes Magos (o a Papá Noel) con tu hijo o hija... La niña o niño tiene entre sus manos el catálogo de unos grandes almacenes, donde puede elegir entre muchísimos regalos, a pesar de tener ya en casa muchos otros juguetes que solamente ha utilizado unos pocos meses, en el mejor de los casos. Ha elegido un juguete (una muñeca, un juego de mesa, una diana, una mochila del personaje de la serie de moda...) que no deja de salir en la tele y quiere tenerlo para enseñárselo a sus amistades. Además, ha pedido una tablet, un ordenador portátil y un nuevo teléfono móvil, porque le encanta estar a la última en cuanto a tecnología.

Discusión en grupo:

- ¿Cómo actuarías ante esta situación?
- ¿Qué razones le darías para intentar reducir la lista de regalos o elegir juguetes de forma responsable?
- ¿Qué herramientas utilizarías para que la situación fuese diferente el próximo año? (Diálogo, negociación, seguirías igual...).

En la pregunta sobre cómo actuar ante esta situación, la persona facilitadora puede orientar al grupo si lo ve perdido, o si ve que no tiene en cuenta el consumo responsable. Ej.: ¿Le ayudas con la carta sin decirle nada más y luego compras lo que puedes/quieres?, ¿Intentas razonar con él/ella sobre la multitud de juguetes que ya tiene?, ¿Le explicas qué puedes hacer con todos los juguetes que ya tiene?, etc.

Ficha 2: En un restaurante...

Imagínate en un restaurante con tu hijo/a...

Habéis decidido ir a un restaurante tipo buffet libre, en el que por el mismo precio, podrás comer y beber todo aquello que queráis. Tu hija o hijo(s) está llenando los platos con la comida que le resulta más apetecible, la que más le entra por los ojos: pizzas, hamburguesas, pasta, patatas fritas, etc. Tiene ya seis platos sobre la mesa... Sabes que no va a poder comerlo todo, y además no debe hacerlo, con lo que habrá que tirar la mitad de la comida que se está sirviendo.

Discusión en grupo:

- ¿Qué harías en esa situación?
- ¿Qué razones le darías para que elija sus platos de forma razonable?
- ¿Qué herramientas utilizarías para hablar sobre el asunto y para que, sea en un restaurante, en el colegio o en casa, no desperdicie la comida?

En la pregunta sobre cómo actuar ante esta situación, la persona facilitadora puede orientar al grupo si lo ve perdido, o si ve que no tiene en cuenta el consumo responsable. Ej.: ¿Le dejarías coger toda la comida ("un día es un día")?, ¿Le dirás que va a llenarse mucho y que le va a doler la tripa?, ¿le hablarás sobre por qué no hay que tirar la comida?, ¿Le pediréis al personal de sala si os pueden dar la comida para llevar?



Ficha 3: Decidiendo planes para el fin de semana...

Imagínate preparando las actividades para el fin de semana con tu hijo/a(s)...

A ti te gustaría hacer algo diferente pero el/ella quiere ir al centro comercial a comprar, a pesar de que no necesita nada. Pasar un rato en familia o simplemente disfrutando de la naturaleza, de un paseo, etc. no lo concibe sin consumir.

Discusión en grupo:

- ¿Qué harías en esa situación?
- ¿Qué razones le darías para que cambie de opinión y no vayáis al centro comercial?
- ¿Qué herramientas utilizarías para tener otra opción de ocio que no sea la meramente consumista?



En la pregunta sobre cómo actuar ante esta situación, la persona facilitadora puede orientar al grupo si lo ve perdido, o si ve que no tiene en cuenta el consumo responsable. Ej.: ¿Te negarías y planearías unilateralmente los planes sin tener en cuenta a tu hijo/a?, ¿Intentarías proponerle alguna alternativa interesante?, ¿Te quedarías en casa y dejarías a tu hijo/a ir al centro comercial con sus amistades?, etc.

Ficha 4: En el supermercado...

Imagínate haciendo la compra con tu hijo/a...

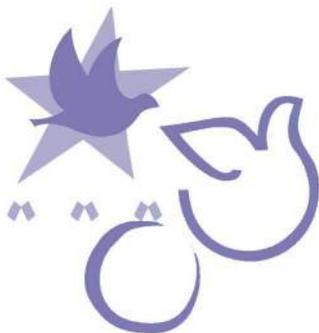
Os encontráis en una gran superficie en la que hay miles de productos apetecibles. Tu hija/o quiere comprar muchas cosas que no os hacen falta, y que además probablemente se estropeen porque no dará tiempo a comerlas. Pero los productos son tan baratos... y además hay una gran gama de alimentos de verano en pleno invierno, y viceversa, ya que llegan de cualquier parte del mundo... ¡y a precio de saldo!

Discusión en grupo:

- ¿Qué harías en esa situación?
- ¿Qué razones le darías para intentar que no se dejara llevar por los primeros impulsos?
- ¿Qué herramientas utilizarías para tener otras opciones de consumo que puedan generar cambios a nivel mundial?



En la pregunta sobre cómo actuar ante esta situación, la persona facilitadora puede orientar al grupo si lo ve perdido, o si ve que no tiene en cuenta el consumo responsable. Ej.: ¿Le dirías que no podéis comprar todo porque no tienes dinero?, ¿Le hablarías sobre los desequilibrios de alimentación en el mundo?, ¿Le preguntarías si le parece razonable que en otras partes del mundo tengan que estar labrando sus tierras solo para la parte rica del mundo, mientras ellos se quedan sin alimentos?, ¿Le explicarías la cantidad de kilómetros recorridos hasta llegar a este supermercado?, ¿Comprarías todo lo que quisiera?, etc.



5

Entrega de material

A continuación, si la persona facilitadora se encuentra capacitada, mencionará una serie de alternativas al consumismo (aparecen en el documento #ConsumoJusto) que se identifican con aquellas que probablemente hayan ido surgiendo a raíz de las conversaciones de padres y madres en los grupos de trabajo. Es conveniente que **al mismo tiempo que se explican estas alternativas, se dé el material complementario a las personas asistentes**, indicándoles además que pueden tener acceso a todo el documento #ConsumoJusto descargándolo en los enlaces que vienen en el material.

**Al finalizar, se les entregará las fichas de registros de consumo de las cuatro páginas siguientes, para rellenar en familia, en la que se pueden ir apuntando lo que se va consumiendo a lo largo de una semana, y luego analizar los impactos de las compras, en todos los aspectos (alimentación, ocio, energía, etc.).





LUNES

¿dónde has comprado los alimentos que has comido hoy?

- supermercado
- Comercio Local



- ¿dejas la luz encendida al salir de la habitación?
- ¿utilizas bombillas de bajo consumo?
- ¿desconectas el cargador al acabar de cargar?

martes

Si no te gusta mucho la comida, ¿qué haces?

- te la comes
- la tiras
- comes otra cosa

¿te duchas o te bañas?



¿dejas el grifo abierto mientras te lavas los dientes?

¿y al enjabonarte?

¿utilizas el inodoro como basura?

MÉRCOLES

Las frutas y verduras que has comido hoy: ¿de qué país vienen?

¿son de temporada?

Mira la etiqueta de tu ropa y compara:

españa País:

€	salario	
	condiciones laborales	
	explotación infantil	

¿SABÍAS QUE

en España se consumen 170 kilos de papel al año por persona y se reciclan cerca del 60%?

- R**EDUCIR · El mejor desecho es aquel que no se produce.
- R**EUTILIZAR · Todos los productos se merecen una segunda oportunidad.
- R**ECICLAR · Azul, verde y amarillo, nunca fue tan sencillo.
- R**EPENSAR · ¿Consumes o te consumes?
- R**EESTRUCTURAR · Consume con responsabilidad: cambiarás el mundo.
- R**EPARTIR · Todo lo que tuve lo perdi, solo me queda lo que di.





JUEVES

Reflexiona sobre los envases de tu comida:
¿qué haces con ellos?

¿qué hacen en otros países del sur?

Emissiones de CO₂

VIERNES

¿qué productos de comercio justo tienes?

Mira tu armario:
¿has comprado ropa de segunda mano?
¿tienes ropa heredada?
¿has 'reinventado' alguna prenda?

Proteges el medioambiente

Cuidas los recursos naturales

BENEFICIOS DEL CONSUMO RESPONSABLE

Disminuyes las diferencias norte/sur

Garantizas los derechos laborales

Ayudas al pequeño productor

CONSTRUYES UN MUNDO MÁS JUSTO

FIN DE SEMANA

En casa... ¿reciclamos?

- papel
- plástico
- vidrio
- pilas

¿Cuánto tiempo dedicas...?

SOLO DESPUÉS

DE QUE EL ÚLTIMO ÁRBOL SEA CORTADO
de que el último río sea envenenado
de que el último pez sea apresado

SOLO ENTONCES SABRAS QUE EL DINERO NO SE PUEDE COMER

—Gran jefe Seattle

EVALUACIÓN...

	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5



Ámbito de actuación	Propuestas específicas	Consumo responsable	Consumo sostenible	Consumo colaborativo	Decrecimiento	Economía del bien común	Bienes comunes universales	Economía solidaria	Democracia económica	Austeridad	Buen vivir	Bioeconomía	Propuestas generales desde cristianismo	Cristiapi	Economía de la comunidad	Doctrina Social de la Iglesia
	Reflexión previa a la compra sobre necesidad/uso del bien/servicio	X								X	X		X			
	3 erres: reducir, reciclar, reutilizar	X			X +Reevaluar, reconceptualizar, reestructurar, relocalizar, redistribuir (8r)					X		X	X +Repertir (4r)		X + "Cultura del dar" (4r)	
	Comercio justo (*1)	X							X							
	Priorizar consumo local y pequeños productores	X									X					
	Cooperativas de consumo/grupos de consumo, compras colectivas	X	X	X												
	Presión ciudadana activa sobre empresas que violan DDHH o ambientales, denuncia pública	X			X			X								

(1) Comercio Justo: sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO).

#ConsumoJusto



Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio Justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio Justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio Justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad
 Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio Justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio Justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio Justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar
 Comercio Justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio Justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio
 Energías renovables Comercio Justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio Justo Incidencia Desarrollo
 Comercio Justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio Justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad

Escuela de Padres y Madres Material complementario

Ámbito de actuación	Propuestas específicas	Consumo responsable	Consumo sostenible	Consumo colaborativo	Decrecimiento	Economía del bien común	Bienes comunes universales	Economía solidaria	Democracia económica	Austeridad	Buen vivir	Blogosofía	Propuestas generales desde cristianismo	Cristianismo social Obispos Vascos	Economía de la comunidad	Doctrina Social de la Iglesia
Medio ambiente	Sensibilizar e informar sobre formas de consumo alternativo (*2)	X			X								X			
Ambito personal	Redes de intercambio: trueque, banco del tiempo, moneda social		X		X			X		X						
Ambito personal	Gestión comunitaria de residuos		X		X											
Ambito personal	Sistemas colectivos y públicos de transporte (alquiler de bicicletas, bibliotecas, coche compartido, turismo, música...)			X	X											
Ambito empresarial	Reducción de horas de trabajo (y obligación de contratar a otros para cubrir esas horas)															

(2) Se propugna que además de la labor de sensibilización desde lo personal como consumidores, las administraciones públicas destinen también fondos para trabajar en información y sensibilización.

■ Ambito personal
 ■ Medio ambiente
 ■ Ambito empresarial
 ■ Ambito público

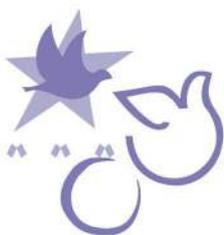


Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad
 Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar
 Comercio justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio
 Energías renovables Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia
 Consumo justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio responsable Decrecimiento Medio ambiente

Ámbito de actuación	Propuestas específicas	Consumo responsable	Consumo sostenible	Consumo colaborativo	Decrecimiento	Economía bien común	Bienes comunes universales	Economía solidaria	Democracia económica	Austeridad	Buen vivir	Biococina	Propuestas generales desde cristianismo	Cristianismo...Pa social Obispos Vascos	Economía de la comunidad	Doctrina Social de la Iglesia
	Medidas fiscales: cargas impositivas para más ricos; medidas de reparto de riqueza; limitación de capacidad adquisitiva/propiedad privada; incentivos para empresas socialmente responsables; subvenciones públicas para empresas que primen social/ambiental; ecotasas				X	X		X								
	Compras éticas públicas															
	Establecimiento huella ecológica máxima (*3)				X											

(3) Huella ecológica: indicador del impacto ambiental generado por la demanda humana que se hace de los recursos existentes en los ecosistemas del planeta relacionándola con la capacidad ecológica de la tierra de regenerar sus recursos. Mide, en definitiva, la desproporción entre recursos disponibles y consumidos en función de varios factores: cantidad de hectáreas utilizadas para urbanizar, generar infraestructuras y centros de trabajo; hectáreas necesarias para proporcionar el alimento vegetal necesario; superficie necesaria para pastos que alimenten al ganado; superficie marina necesaria para producir el pescado; hectáreas de bosque necesarias para asumir el CO2 que provoca nuestro consumo energético.

■ Ambito personal
 ■ Medio ambiente
 ■ Ambito empresarial
 ■ Ambito público



Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad
 Consumo responsable Decrecimiento Medio ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia Desarrollo Solidaridad Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración
 Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar
 Comercio justo Incidencia Desarrollo Comercio justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio
 Energías renovables Comercio justo Cooperación Energías renovables Consumo responsable Decrecimiento Medio Ambiente Reutilizar Sostenibilidad Trueque Comercio justo Incidencia
 Consumo justo Buen vivir Reciclar Colaboración Economía Autogestión Lentitud Justicia social Futuro 3R Consumo ético Austeridad Comercio responsable Decrecimiento Medio ambiente

Ámbito de actuación	Propuestas específicas	Consumo responsable	Consumo colaborativo	Decrecimiento	Economía del bien común	Bienes comunes universales	Economía solidaria	Democracia económica	Austeridad	Buen vivir	Biogestión	Propuestas generales desde cristianismo	Cristianismo para Obispos Vascos	Economía de la comunidad	Doctrina Social de la Iglesia
	Políticas medioambientales en sistemas de producción: energías renovables y políticas de eficiencia energética; urbanismo sostenible(*4); control a producción no ecológica; rechazo extractivismo>(*5)			X						X	X		X		
	Vuelta a lo rural			X											
	Sistemas trazabilidad productos/etiquetado social(*6)	X		X	X										
	Nacionalización sectores estratégicos o acceso a bienes comunes (recursos naturales, por ejemplo el agua)			X	X	X		X							

(4) Urbanismo sostenible: forma de organización de núcleos urbanos que no degrade el entorno y proporcione calidad de vida a la ciudadanía. En cuanto a consumismo, supone la no acumulación de viviendas construidas alrededor de centros comerciales, provocando que los centros urbanos queden prácticamente deshabitados.

(5) Extractivismo: modelo de desarrollo basado en extraer de sus entornos grandes volúmenes de recursos naturales que no son procesados (o lo son de forma limitada) para posteriormente venderlos en mercados internacionales. No se limita sólo a minería o petróleo sino que también hay extractivismo agrario, forestal o pesquero.

(6) Etiquetado social: reflejaría el impacto social de las empresas al incluir los productos que éstas elaboran una etiqueta en la que se señale si donde son producidos se respetan los derechos humanos y laborales (o su grado de cumplimiento) a partir de las exigencias legales y los compromisos voluntarios adquiridos.





Ámbito de actuación	Propuestas específicas	Consumo responsable	Consumo sostenible	Consumo colaborativo	Decrecimiento	Economía del bien común	Bienes comunes universales	Economía solidaria	Democracia económica	Austeridad	Buen vivir	Biogestión	Propuestas generales desde cristianismo	Cristianismo, Papa, Obispos Vascos	Economía de la comunidad	Doctrina Social de la Iglesia
	Empleo: control de salarios (mínimos/máximos) y empleo (rotación de trabajadores), renta básica universal					X			X					X		
	Empresas: democratización de empresas, apuesta por cooperativas, reparto social de beneficios empresariales					X			X					X	X	
	Democracia representativa, directa y participativa					X										
	Control financiero: no permitir a bancos crear más dinero del existente; prohibición acciones financieras (especulación, OPA's, distribución económica para quien no crea plusvalía, donaciones a partidos); banca ética					X		X								X
	Orden mundial: creación entidad mundial (o modificación de las existentes) que establezca reglas de gestión y uso de bienes comunes.						X				X	X	X	X	X	X

