

En familia y en el mundo



Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo
CONSEJERÍA DE IGUALDAD Y POLÍTICAS SOCIALES

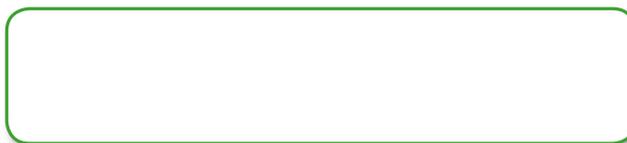
Módulo 2

¿Qué herencia dejarás a tus hijos?

Consumo responsable y medio ambiente

Índice

Presentación.....	Pag 3
Conceptos básicos.....	Pag 6
Medio físico-económico-social y compromiso familiar con el entorno	Pag 10
La familia como unidad de consumo responsable. Presiones para el consumo	Pag 13
Actitudes y conductas para la protección medioambiental desde las familias.....	Pag 17
Los padres como modelos de consumo.....	Pag 25
Consumo y convivencia familiar. Conflictos	Pag 31
Conclusiones	Pag 34
Anexos y Actividades.....	Pag 36
Fuentes recomendadas	Pag 46



Presentación

Cada día escuchamos mensajes catastróficos sobre el impacto humano en el medio ambiente. En los telediarios y documentales, incluso en las películas y dibujos animados, encontramos multitud de referencias a estas cuestiones. Pero... ¿tal vez pensamos que estos mensajes son en ocasiones demasiado alarmistas? ¿Quizás creemos que no está en nuestra mano hacer algo...?

Dar respuesta a cuestiones como el calentamiento global, el agujero de la capa de ozono, la deforestación de las selvas tropicales, la destrucción de la biodiversidad, el agotamiento de algunos recursos naturales, el urbanismo especulativo o la explosión demográfica, se nos hace lejano y fuera de nuestras manos. Pero también es cierto que tan sólo usando el sentido común llegamos a la conclusión de que nuestra forma de desarrollo actual no es muy sostenible, que quizás nuestros hijos y nietos no puedan disfrutar del mundo tal cual lo hemos conocido. Y lo que es más crítico: ¿podrán ellos seguir viviendo igual o mejor que lo hemos hecho nosotros?

Lo que sí parece seguro es que los problemas medioambientales exigen de la participación de la sociedad en su globalidad y de cada uno de sus miembros en particular. Se deben dar respuestas a cuestiones planetarias con soluciones globales; pero también se tienen que desarrollar acciones sencillas y al alcance de cualquier persona.

Antes de avanzar delimitemos el ámbito de actuación sobre el que estamos hablando. Si nos preguntan cuáles son las temáticas más cercanas a lo medioambiental, lo primero que se nos viene a la cabeza son todas aquellas cuestiones relacionadas con la Naturaleza. Pero ¿podemos que-

Los **problemas medioambientales** exigen de la **participación** de la sociedad en su globalidad y de cada uno de sus miembros en particular.



darnos sólo ahí? ¿No influye de alguna manera la sociedad, el comportamiento de las personas y de los pueblos, en su entorno natural más cercano? Si respondemos de forma afirmativa, no podremos desligar el medio natural del social y por tanto nuestra perspectiva y nuestro campo de acción serán más amplios y más complejos. Pero podríamos seguir matizando: ¿no es cierto que el desarrollo económico también influye en el medio natural y por supuesto en el social? Si esto es así tenemos delante una triple visión – natural/social/económica – desde la que analizar las cuestiones medioambientales; tres aspectos que se influyen mutuamente y se condicionan en un sistema interrelacionado y dinámico.

El Informe Brundtland, de Naciones Unidas (1987), reformulado en la Declaración de Johannesburgo sobre Desarrollo sostenible (2002), nos presenta este concepto como...

“...el proceso de satisfacer las necesidades -económicas, sociales, culturales y medioambientales- de las generaciones presentes, sin poner en riesgo las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades”.

Si leemos atentamente la definición veremos que se establecen cuatro parámetros básicos relacionados con: cuestiones sociales, económicas, de diversidad cultural y medio ambiente. De esta forma entendemos que hay que cubrir unas necesidades básicas para el ser humano como son la alimentación, el vestido, la vivienda, la salud y el empleo; a las que se añaden otras como la preservación del idioma, el folklore, el patrimonio, la belleza del paisaje etc. Y todo ello pensando en el momento actual y a la vez en el futuro de otras generaciones, lo que nos hace responsables de la construcción de la sociedad futura.

Este enfoque de sostenibilidad nos permite concebir el problema del Desarrollo en términos de “gestión de la casa común (oikos)”, tratando de equilibrar la satisfacción de los intereses de todos sus habitantes en interrelación e interdependencia.

Pero además hay un gran problema que favorece la confusión y el desconcierto: como el término sostenibilidad se ha puesto de moda, muchas empresas y gobiernos proclaman a los cuatro



vientos que sus políticas son sostenibles, a la espera de captar la atención y lograr la aceptación de la ciudadanía. Entonces ¿cómo podemos saber si los discursos son realmente ajustados a la realidad? ¿Cómo entender tantas palabras y tantos discursos sobre estos temas? Por eso una vez aclarado el término Desarrollo sostenible, iremos desmenuzando y reflexionando sobre el significado de otros términos vinculados, sin perder nunca la triple perspectiva de **lo natural, lo social y lo económico** y sobre todo en cómo cada cual, desde su situación cotidiana, con las herramientas que tiene a su alcance, puede hacer algo para contribuir a la construcción de un mundo mejor, un mundo sostenible; aunque sólo sea porque, tal y como expresó Eduardo Galeno, esta utopía “nos sirve para caminar”, para aportar nuestro granito de arena a esta montaña necesaria de la transformación de nuestra sociedad.

Cada cual, desde su situación cotidiana, con las herramientas que tiene a su alcance, puede hacer algo para contribuir a la construcción de un mundo mejor, **un mundo sostenible**.



Conceptos básicos

Uno de los términos que más escuchamos es el de **cambio climático**, referido a cambios en la temperatura de la atmósfera y de los océanos, así como otros eventos climáticos extremos de consecuencias potencialmente peligrosas. Se define como:

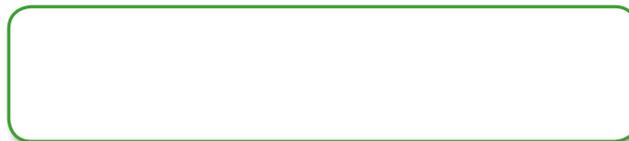
Una modificación en las condiciones medias del clima, atribuida directa o indirectamente a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos comparables.

(Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, 1992)

Los estudios han constatado que en los últimos 100 años la temperatura en la superficie terrestre ha aumentado aproximadamente 0.8°C, pero la mayor parte del aumento se ha producido en los últimos 30 años. Este dato no genera controversia, aunque sí la hay con respecto a la causa de este aumento de temperatura: Gran parte de la comunidad científica dice que este aumento es debido al aumento de gases de efecto invernadero generados por la acción humana, especialmente por la quema de combustibles fósiles como petróleo y carbón (que emiten CO₂ a la atmósfera) así como por la deforestación y reducción de los bosques submarinos (encargados de transformar el CO₂ en oxígeno).

En este sentido, entidades como Greenpeace¹ trabajan “para lograr un modelo energético sostenible y apuestan por una revolución energética capaz de reducir las emisiones de CO₂ para evitar los efectos más devastadores del cambio climático”. Entienden que debemos encaminarnos hacia un modelo energético, basado en las energías renovables (solar, eólica, hidráulica, biomasa, geotérmica y marina), el ahorro y la eficiencia, que reemplace al actual modelo, ya considerado claramente insostenible. Porque es importante la forma de producir energía, pero también el consumo y el modo en el que la energía se distribuye.

1.- <http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en>



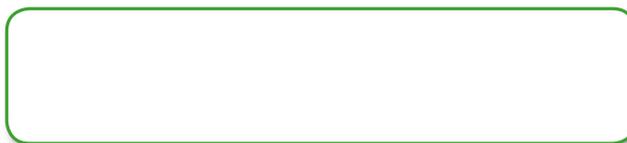
Para entender esto del cambio climático es útil analizar qué son los **ciclos naturales de los ecosistemas**. La Tierra completa es un ecosistema gigante formado por organismos vivos y por un medio físico donde se relacionan. Todos los elementos de este ecosistema funcionan como una gran red en la que los distintos elementos interactúan y se condicionan de forma sistémica y dinámica.

Por ejemplo, el aumento de conejos en un lugar concreto puede favorecer el aumento de sus depredadores (ya que cuentan con más alimento) y la disminución de determinadas especies vegetales que forman parte de la dieta del conejo, lo que a su vez influiría negativamente sobre otras especies que se alimentan de esas plantas. Si a esto añadimos un año de sequía, que reducirá el desarrollo vegetal, encontraremos que tanto los conejos como otras especies herbívoras disminuirán drásticamente, puesto que no encontrarán alimento. Y así podemos seguir introduciendo más elementos y variables.

Como ya hemos mencionado algunos elementos o factores inertes como el agua, el carbón, el oxígeno o el nitrógeno (componentes abióticos) son indispensables para que los seres vivos puedan vivir. Estos elementos forman parte del ecosistema y se renuevan, de modo similar a los ciclos vitales de los seres vivos, dando lugar a los llamados *ciclos naturales de los ecosistemas*. Los principales son: el ciclo del carbono-oxígeno, el ciclo del agua y el ciclo del nitrógeno. A través de estos ciclos la materia y la energía cambian de estado y se renuevan de forma natural. Es importante conocer estos ciclos de la naturaleza y cómo el hecho de influir o interferir en los mismos puede causar desequilibrios en el resto del ciclo y por tanto en los elementos del biotopo o abióticos asociados.

Para saber más, leer http://www.educarbol.org/bosque/ecosistemas_ciclos.php

Existen también otros llamados **ciclos artificiales**, producto de la actividad humana. Por ejemplo: la quema de combustibles fósiles no sólo libera CO₂, sino que también genera óxidos de azufre y óxidos de nitrógeno que llegan al aire y al interactuar con el oxígeno originan la *lluvia ácida*. Cuando ésta precipita, causa daños en los seres vivos, y también en las rocas, favoreciendo la erosión en el medio natural y el desgaste de los monumentos en las ciudades.



El concepto **desarrollo humano** hace referencia a *“el proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades”* (PNUD). Abarca distintas dimensiones como son el acceso al empleo y a servicios de educación y salud, el goce de libertades civiles y políticas, así como la participación de la gente en los diversos aspectos que afectan sus vidas.

En el caso del **desarrollo equitativo** se subraya la necesidad de que todas las personas, independientemente de su procedencia, sexo o condición, puedan obtener estas capacidades del desarrollo humano, puesto que el crecimiento económico no significa necesariamente mejora para todas las personas. De hecho podemos constatar en una comunidad concreta cómo “buenos” resultados macroeconómicos pueden significar empobrecimiento, exclusión y aumento de las desigualdades, potenciando las diferencias sociales y la brecha económica. El término *equitativo* hace referencia pues a una redistribución no igual, sino teniendo en cuenta el punto de partida y las necesidades de cada individuo y grupo.

El término **huella ecológica** es un indicador ambiental que mide el impacto de las comunidades humanas sobre su entorno por la utilización de los recursos naturales necesarios para ejercer las actividades propias de su modelo de desarrollo.

Podemos medir nuestra huella ecológica en relación a nuestros consumos: consumo de energía, uso del agua, utilización de medios de transporte, uso de distintos materiales, tratamiento de los residuos.

ACTIVIDAD SUGERIDA

MIDE TU HUELLA ECOLÓGICA: www.tuhuellaecologica.org/

Para ilustrar la sesión o para encargarlo como tarea para casa. Complimentando estas sencillas encuestas podemos cuantificar nuestro consumo de recursos (energía, agua, transporte, residuos) y descubrir en nuestra vida cotidiana infinidad de cosas que podemos hacer para transitar hacia una sociedad más sostenible... y por qué deberíamos hacerlo.



Un reciente informe de WWF² aseguraba que *la salud de los ecosistemas ha disminuido un 30% y la huella ecológica se ha duplicado*. Utilizamos los recursos naturales mucho más rápidamente de lo que éstos tardan en renovarse. El consumo mundial de recursos ha superado tanto la capacidad regenerativa de la Tierra, que se necesitarán 1,5 años para regenerar los recursos utilizados sólo en el año 2007. Dicho de otro modo y situándonos en nuestro contexto de la población española, el informe asegura que, *con el ritmo actual, necesitaremos más de 3 "Españas" para satisfacer nuestras demandas de recursos naturales*



2.- WWF (2010) Informe Planeta Vivo 2010. Biodiversidad, biocapacidad y desarrollo. www.wwf.es/?19361



Medio físico-económico-social y compromiso familiar con el entorno

La familia, como institución educativa de primer orden, es un ámbito privilegiado para la adquisición de competencias que promuevan y defiendan la corresponsabilidad desde los propios hábitos de consumo, de producción y de vida. En los siguientes apartados detallaremos algunas de las cuestiones más relevantes al respecto.

Cada vez parece más esencial en la sociedad actual el conocimiento, la adopción y la difusión de alternativas de desarrollo frente al modelo hegemónico, así como el debate sobre el impacto de diferentes formas de desarrollo, especialmente aquéllas que contemplan como valor fundamental la **sostenibilidad ambiental**. Pero si, además de en los centros escolares y asociaciones juveniles, este debate y reflexión se desarrolla en las familias, podremos asegurar la durabilidad y el impacto de este modelo de pensamiento en la vida cotidiana.

Por otra parte, la implicación individual o colectiva en movimientos ciudadanos ecologistas favorece el apoyo a iniciativas concretas y el desarrollo de acciones de incidencia. Movimientos ecologistas como Amigos de la Tierra³, Andalus⁴, Ecologistas en acción⁵, Geenpeace⁶, Océana⁷, SEO⁸ y WWF⁹, entre otros, son plataformas desde las cuales desarrollar acciones de denuncia y de cuidado del medio y en cuyas campañas pueden implicarse personas de muy distinta edad y procedencia. Este tipo de entidades trabajan en la identificación de las cuestiones medioambientales y de lucha por los recursos que están en la base de las relaciones internacionales, así como en la difusión y seguimiento de los compromisos políticos en materia medioambiental. También existen iniciativas vinculadas a las administraciones públicas que favorecen el contacto con el

3.- <http://www.tierra.org/spip/spip.php>

4.- <http://www.asociacion-andalus.org/andalus/>

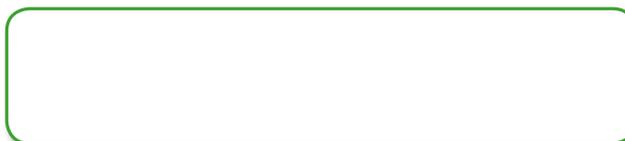
5.- <http://www.ecologistasenaccion.org/>

6.- <http://www.greenpeace.org/espana/es/>

7.- <http://oceana.org/es/eu/portada>

8.- <http://www.seo.org/>

9.- <http://www.wwf.es/>



medio y el desarrollo de actuaciones concretas, como es el caso de el “voluntariado ambiental” de la Junta de Andalucía¹⁰.

A continuación detallaremos propuestas destacadas de sostenibilidad, que van desde lo más cercano y vinculado al microcontexto familiar y ese ámbito intermedio que denominamos meso-contexto (escuela, comunidad) hasta propuestas más globales y vinculadas al macrocontexto:

- **Estrategia 3R:** Reducción, Reutilización y Reciclaje. Propuesta sobre hábitos de consumo, que pretende desarrollar hábitos generales de consumo responsable, y hace referencia a estrategias en la producción y el manejo de residuos que buscan ser más sostenibles con el medio ambiente, especialmente dando prioridad a la reducción en el volumen de residuos generados.
 - **Reducir:** Acciones (reducción del consumo, de energía, de deshechos) para aminorar la producción de objetos susceptibles de convertirse en residuos.
 - **Reutilizar:** Acciones que permiten volver a emplear un producto para darle una segunda vida útil, con el mismo uso (previa reparación) u otro diferente (con imaginación).
 - **Reciclar:** El conjunto de operaciones de recogida y tratamiento de residuos que permiten volver a introducirlos en un ciclo de vida.
- La promoción y el uso de los sistemas de transporte colectivo, así como la defensa de los espacios públicos en entornos urbanos que priorizan lo peatonal.
- La convivencia comunitaria vinculada a la vida asociativa y a la participación social.
- La existencia de huertos comunitarios, que ayudan a regenerar a pequeña escala espacios urbanos degradados. Además, ayudan a promover hábitos de vida saludables trabajando directamente cuestiones como la alimentación y la producción agroecológica.

10.- <http://goo.gl/KKAjmm>



- El desarrollo de iniciativas vinculadas a la agricultura familiar y comunitaria, que fomenten la soberanía alimentaria otorgando prioridad a la producción y el consumo de productos locales domésticos y sin el uso de tóxicos químicos.
- Defensa de los bienes comunes como el agua, la biodiversidad y los recursos naturales.
- Apoyo a las iniciativas que fomentan el Consumo Responsable y el Comercio Justo, con el objetivo de que las transacciones comerciales se basen en el diálogo, la transparencia y el respeto, y conseguir más igualdad en el comercio internacional. De esta manera se contribuye al desarrollo sostenible porque se ofrecen mejores condiciones comerciales a los trabajadores, especialmente en el Sur, y se protegen sus derechos.
- Apoyo a iniciativas de Economía Social, solidaria¹¹ y cooperativa basadas en el Desarrollo (crecimiento en equidad). Desde este tipo de iniciativas las personas trabajadoras participan de las decisiones que conciernen a su trabajo o al futuro de la empresa; se favorece la igualdad de oportunidades, los salarios equitativos, las relaciones justas con proveedores, clientes y competencia, y se fomenta la cooperación dentro y fuera de la organización.
- Trabajar para que los indicadores que ofrecen datos sobre el desarrollo económico incluyan la economía del cuidado y la salud colectiva, y que no se basen en un concepto de prosperidad asentada sobre el consumo compulsivo. Hay iniciativas –como la presentada por Martha Nussbaum, Premio Príncipe de Asturias 2012– para sustituir el indicador Producto Interior Bruto (PIB), que no tiene en cuenta la distribución de la riqueza, por otro de Desarrollo Humano Sostenible (DHS)¹².
- Cambio del sistema de generación-distribución-consumo de energía actual, por un sistema basado en energías renovables, penalizando las actividades extractivas y a las industrias contaminantes.

11.- <http://www.economiasolidaria.org>

12.- Discurso de Martha C. Nussbaum, premiada con el Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales 2012.
<http://goo.gl/tCOTDy>



La familia como unidad de consumo responsable. Presiones para el consumo.

Los grandes cambios del siglo pasado han transformado profundamente a las familias españolas; por ejemplo, pasando en muchos casos de ser una familia rural y agrícola a ser urbana y trabajar en el sector servicios. A causa de esto, las funciones desarrolladas anteriormente por cada uno de sus integrantes se han visto afectadas y la función social de la propia familia también ha sufrido transformaciones.

La familia tradicional actuaba como una unidad productiva que estaba formada por el padre y la madre (unidos por el vínculo religioso/legal del matrimonio) y sus hijos e hijas. El padre ejercía como cabeza de familia mientras la madre quedaba a cargo del ámbito doméstico, ya que raramente trabajaba fuera del hogar, y todos sus miembros dependían de la familia para su subsistencia, protección y educación. Con frecuencia, el grupo subsistía por la explotación de un negocio o tierra familiar y se decidía la distribución de los recursos en función de lo que se consideraba mejor para el conjunto de la familia, que no tenía necesariamente que coincidir con las necesidades individuales de sus miembros.

*La **familia moderna** no se caracteriza ya por su capacidad para producir recursos económicos (unidad de producción) sino por su capacidad para consumir conjuntamente (**unidad de consumo**).*

La sociedad industrial fue reduciendo las funciones económicas de la familia, quitándole su capacidad productiva autónoma y poniendo la necesidad de generar ingresos en manos de los individuos. Además, en la sociedad moderna, las mujeres comienzan a realizar trabajos remune-



rados fuera del hogar y descende el número de hijos e hijas. Actualmente, la estructura familiar es más variada: hay familias monoparentales, parejas sin vínculo religioso ni legal, etc. Pero para el tema que nos ocupa, lo más llamativo es que la familia moderna no se caracteriza ya por su capacidad para producir recursos económicos (unidad de producción) sino por su capacidad para consumir conjuntamente (unidad de consumo).

ACTIVIDADES SUGERIDAS

Como alternativas para ilustrar los contenidos de la sesión (si se dispone de conexión a Internet), o como tarea para casa, se proponen vídeos y una actividad sobre el consumo responsable y la repercusión sobre el medio ambiente:

- Vídeos sobre consumo responsable:
Con-sumo cuidado (Bipolaroid, 3:55'): <https://youtu.be/MQzX2CL-Jj4>
Día del consumo responsable (ONG SED, 2:45'): <https://youtu.be/rnmtVbmWTKc>
- Vídeos sobre comercio justo:
¿Qué es el comercio justo? (SETEM, 7:06'): <https://youtu.be/jqOMOPKuWds>
El comercio justo en 6 pasos (Coordinadora CJ, 5:35') <https://youtu.be/U2JlrrspnA>
- Artículo y actividad: ¿Dónde tiro esto? (80 dudas ante el contenedor amarillo)
http://elpais.com/elpais/2015/04/27/ciencia/1430130449_028355.html
http://elpais.com/elpais/2015/04/28/media/1430215066_059913.html

Actualmente una familia, independientemente de aspectos sociales o de lugar de residencia, es un grupo de personas con vínculos biológicos y afectivos, que conviven y comparten responsabilidades, gastos y actividades para satisfacer sus necesidades. En este sentido, conforman la familia todas aquellas personas que comparten sus ingresos y gastos, independientemente de su actividad productiva que se desarrolla mayoritariamente fuera de la familia.



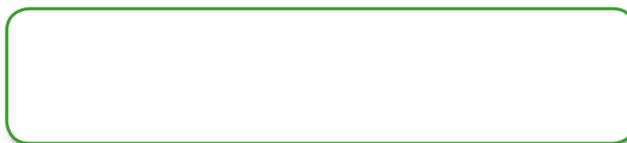
*Lo que más valoramos de nuestros padres en la infancia no suele ser **nada que se comprase**, sino su **afecto**, sus cuidados y la atención en los detalles.*

En la familia contemporánea el centro es la pareja, quienes aportan inicialmente los ingresos al grupo y, al haber dejado de ser un espacio de producción, es más bien un espacio donde se organiza el consumo. La familia ya no asegura todas las funciones de asistencia de la que en otros tiempos se encargaba, sino que cuando una familia "se lo puede permitir" éstas se contratan directamente a otras personas o empresas, o bien se financian indirectamente a través de los impuestos del Estado.

Por supuesto que no todas las familias se ven representadas en estas consideraciones, pero lo cierto es que éste es el modelo más común y deseado en nuestra sociedad, ya incluso en las zonas rurales, y es difícil encontrar familias que se opongan voluntariamente a esta tendencia.

En nuestro entorno, la población continúa deseando ser mayores compradores y consumidores, aún cuando no puedan permitirse adquirir todos los productos y servicios que desean, sin pararse a considerar que muchos de ellos no les son necesarios, sino que son deseos influidos por los medios de comunicación y la publicidad. Muchas familias viven con frustración no poder disfrutar de las actividades de ocio soñadas o a las que estaban acostumbradas, o no poder satisfacer todas las peticiones de sus hijos e hijas, a pesar de que los consumos realmente necesarios poco tienen que ver con aquello que la publicidad ofrece como vital para una familia.

Los deseos están influidos por todo aquello que rodea a una familia y tal es la presión que muchos padres y madres sienten vergüenza si no pueden adquirir para sus hijas e hijos todo aquello que otras familias poseen. A pesar de que, si nos paramos a pensar, lo que más valoramos de nuestros padres en la infancia no suele ser nada que se comprase, sino su afecto, sus cuidados y la atención en los detalles.



ACTIVIDAD SUGERIDA

ASUNTOS DE FAMILIA EN EL CINE: Las siguientes escenas, extraídas de una película española, pueden ilustrar y facilitar el debate en torno a las presiones para el consumo y su impacto en las familias.

“NOSOTRAS” (España, 2000) Producciones Cinematográficas del Mediterráneo. Dirección: Judith Colell.

Obsesión de hijo por las marcas. 18 seg.

Madre quiere complacer al hijo. 1 min 15 seg.

Consumismo: madre quiere complacer capricho del hijo. 18 seg.

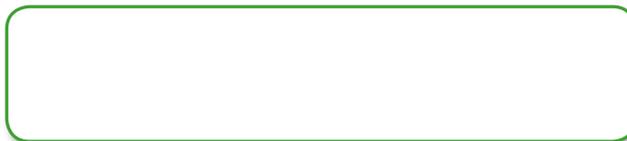
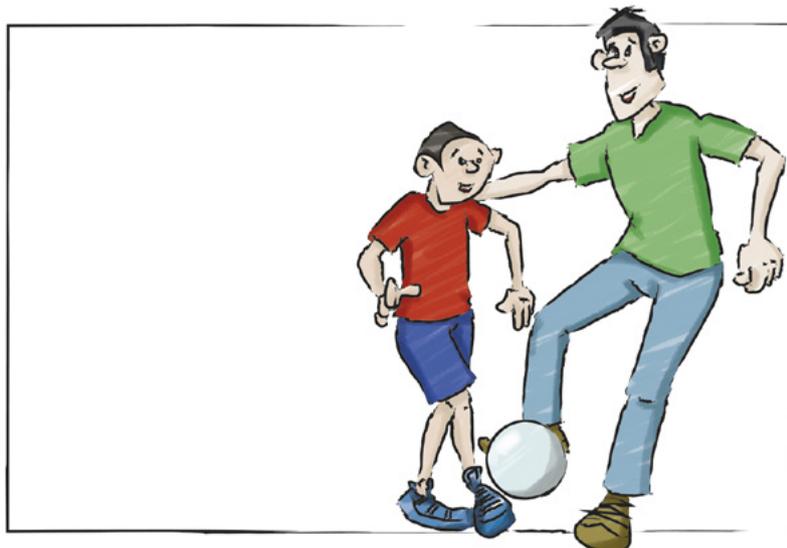
Consumismo: madre obsesionada por regalo. 36 seg.

Restricción del consumo familiar por complacer al hijo. 47 seg.

Consumismo: capricho conseguido. 1 min. 47 seg.

Desengaño: el niño cambia de capricho. 1 min. 52 seg.

(Las secuencias se adjuntan en los anexos audiovisuales, cedidas en el marco del proyecto RECURSOS AUDIOVISUALES PARA EJERCER UNA PARENTALIDAD PREVENTIVA (FAD, 2013), financiado por Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad con la colaboración de EGEDA-Filmotech)



Actitudes y conductas para la protección medioambiental desde las familias

La educación ambiental se concibe como “un proceso permanente en el que los individuos y la colectividad cobran conciencia de su medio y adquieren los conocimientos, los valores, las competencias, la experiencia y la voluntad capaces de hacerlos actuar, individual y colectivamente, para resolver los problemas actuales y futuros del medio ambiente” (UNESCO/PNUMA, 1987: II.12). Sus fines no se limitan a la faceta del conocimiento (saber cómo interaccionan los diversos elementos de un ecosistema, comprender el ciclo del agua, identificar los problemas concretos que afectan al medio, etc.), sino que se extienden a la esfera de los valores y actitudes, y persiguen la adopción de conductas éticas respecto a la Naturaleza y su conservación.

Desde la Unión Europea también se lleva décadas desarrollando diferentes normas medioambientales. Actualmente, sus prioridades principales son las de proteger las especies y hábitats en peligro de extinción y utilizar los recursos naturales de manera más responsable.

Uno de los objetivos que queremos promover con este ciclo formativo es el de formar y concienciar a los ciudadanos, en especial padres y madres, de que para luchar contra la desigualdad y la pobreza y promover un desarrollo humano auténtico es imprescindible: el uso sostenible de los recursos naturales, la conservación de los espacios naturales y la integración de modelos económicos respetuosos con el medioambiente. Y, al mismo tiempo, reducir la vulnerabilidad socio-ambiental e intentar no perpetuar modelos económicos que favorecen la exclusión de determinados sectores de la población.

A los padres y las madres corresponde la tarea de educar a sus hijos e hijas para que las futuras generaciones cuiden el Planeta de manera más responsable: Promover el desarrollo sostenible, frenar el cambio climático, fomentar el reciclaje de todo tipo de envases, el respeto a las especies protegidas y potenciar el amor hacia nuestra tierra y todo lo que nos rodea.



Para promover un **desarrollo** humano auténtico es imprescindible: el **uso sostenible** de los recursos naturales, la **conservación** de los espacios naturales y la **integración de modelos económicos respetuosos** con el medioambiente.

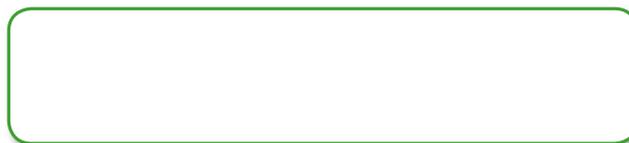
Según el Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)¹³, el 60,6% de españoles está de acuerdo en que los problemas del medio ambiente “tienen un efecto directo en nuestra vida diaria”. Sin embargo, el 29,8% señala que es muy difícil poder hacer algo a título personal en favor del medio ambiente. Otro dato destacado es que el 32% de los encuestados cree que los españoles mostramos “muy poco interés y preocupación ante los problemas del medio ambiente” y otro 48,6% afirma que “aunque estén interesados, no les preocupa suficientemente”. El 51,3% achaca este desinterés a “la falta de educación sobre estos temas”; este porcentaje resulta muy significativo, porque es ahí donde queremos hacer hincapié: educar y concienciar sobre esta problemática a los padres y madres para que ellos sean transmisores a sus hijos e hijas de esa actitud para la protección del medio ambiente.

La actitud deseable, a adoptar por las familias frente a este tema, sería una actitud solidaria, de interés y preocupación por el mundo en que vivimos. Una actitud que vaya más allá del discurso verbal y se centre en las conductas concretas, para que los hijos/as sean capaces de identificarla como un modelo coherente y un estilo de vida en su rutina diaria.

La sociedad de consumo actual apenas nos transmite la idea de proteger nuestro medio ambiente, ser partícipes en él y con él, aprender a respetarlo y cuidarlo aunque sólo sea porque nos proporciona la mayor parte de nuestro sustento. La idea que nos llega desde la publicidad y los medios de comunicación social es la de consumir cuanto más mejor. Es cierto que el consumo es

13.- Barómetro CIS de septiembre 2012, que recoge la actitud de la población española hacia el medio ambiente, sostenibilidad y biodiversidad (preguntas 11-29):

www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2940_2959/2954/ES2954.pdf



necesario, todos consumimos diferentes productos, pero se puede diferenciar entre un consumo abusivo y un consumo responsable, como podría ser un consumo ético o crítico, un consumo ecológico (reducir, reutilizar, reciclar), un consumo social o solidario (comercio justo).

Esa idea que nos lanzan desde la publicidad es contradictoria con la que se quiere transmitir a partir de la Educación para el Desarrollo: si queremos construir un mundo sostenible, donde todos tengamos aseguradas unas necesidades básicas -alimentación, ropa, vivienda, trabajo- no parece muy realista que podamos conseguir esto a través del consumo excesivo y del "usar y tirar". Las familias no tienen fácil la tarea de prevenir la protección del medio ambiente, con resultados directos e inmediatos; pero sí pueden ayudar a generar una mayor conciencia social sobre este tema, empezando por enseñar a sus hijos/as pequeñas conductas que pueden realizar de manera muy sencilla en sus hogares y en su entorno.

*Una actitud solidaria, de **interés y preocupación** por el mundo en que vivimos, que vaya más allá del discurso verbal y se centre en las **conductas concretas**.*

En muchos casos no somos conscientes del impacto que tienen nuestras acciones sobre la Tierra, y de que ésta no es una fuente inagotable de recursos, ya que no nos suelen enseñar esto. Por lo que, si queremos interesarnos por el mundo en que vivimos y cuidarlo, tenemos que ser nosotros quienes tomemos esa iniciativa. Actividades como estas sesiones formativas son una buena manera de ampliar la visión y la sensibilidad sobre este tema, ya que ponen el foco de atención en la educación para el desarrollo sostenible desde la perspectiva familiar.

En este sentido, se proponen algunas conductas que pueden llevar a cabo los padres y madres en sus hogares familiares, para fomentar la protección del medio ambiente, todas relacionadas con la ya mencionada estrategia de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar):



- **Evitar los productos de usar y tirar** (botellas de agua, platos, vasos, cubiertos de plástico...): esta acción permite ahorrar al consumidor en particular y a toda la sociedad en general, pues reduce los residuos y la contaminación.
- **Ahorrar agua:** el agua es un bien preciado del cual, desgraciadamente, no todo el mundo dispone. Se pueden ahorrar grandes cantidades de agua si cada persona realiza pequeños gestos tales como utilizar aireadores y difusores para los grifos, ducharse en lugar de bañarse, mecanismos en la cisterna (o colocar dentro una botella llena de agua) para que la cantidad de agua que expulse sea menor, recoger el agua del principio de la ducha (que no utilizamos a la espera de que salga caliente) y reutilizarla para regar las plantas o para fregar el suelo, etc.
- **Conducir de manera más ecológica.** Esto se puede lograr con pequeños gestos tales como conducir sin cambios bruscos (acelerones y frenazos), mantener una velocidad constante, no apurar las marchas, intentar evitar los atascos, reducir marcha antes de frenar, vigilar una adecuada presión del aire en las ruedas, etc.
- **Tirar las pilas en un contenedor** de pilas, y utilizar preferiblemente las recargables.
- **Iluminar la casa eficientemente:** eligiendo bombillas de bajo consumo, bombillas eficientes de clase "A", no dejando luces encendidas cuando no estemos en alguna habitación, aprovechando al máximo la luz natural...

Las familias pueden ayudar a generar mayor conciencia social, empezando por enseñar a sus hijos pequeñas conductas que pueden realizar de manera sencilla en sus hogares y su entorno.



- **Ahorrar energía con los electrodomésticos:** eligiéndolos de clase "A" o superior, ya que esto va a garantizar que sean más eficientes. En cuanto a la calefacción, es preferible abrigarse bien antes que tenerla demasiado alta. También se puede ahorrar energía en el hogar apagando el "standby" de aparatos eléctricos como televisor, ordenador, cadena de música, etc. Cuando varios están juntos, es preferible enchufarlos todos a través de una regleta, y así al salir de casa o acostarse se apagan todos con un solo interruptor.
- **Comer sano** también es una manera de cuidar nuestro medio ambiente, ya que podemos: consumir alimentos locales y de temporada; elegir productos ecológicos, producidos sin dañar el ecosistema; evitar embalajes y envoltorios superfluos y contaminantes.

El ahorro de energía que cada uno puede hacer con actos individuales como los descritos ayuda, además, a reducir la contaminación del aire.

También se pueden llevar a cabo acciones más allá del hogar. Como se ha visto, la protección del medio ambiente es algo más amplio, que no acaba en los hogares. Entre otras, se puede contribuir a ello con las siguientes acciones:

- En los desplazamientos, **utilizar el transporte público, la bicicleta, caminar, o compartir coche**, para reducir la contaminación.
- Hay que **reciclar la basura** en todos los sitios en que estemos, separando vidrio, papel, los envases y la basura orgánica. Ésta es una de las acciones que más contribuirá a reducir el calentamiento global.
- Si vamos al campo o a la playa, **no se deben arrojar ni dejar olvidados residuos**. Tampoco se deben hacer fuegos en sitios no habilitados para ello, o si hay viento fuerte, para evitar incendios que dañen el medio ambiente.



Si cada persona llevara a cabo estas acciones tan simples, el impacto negativo que tienen muchas de nuestras acciones sobre la Tierra, sería mucho menor. Y transmitirlo a nuestros hijos/as tendrá una indudable repercusión positiva sobre las próximas generaciones.

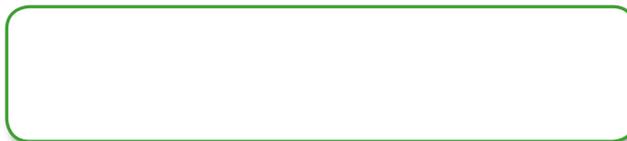
En relación a cómo desarrollar iniciativas de Consumo Responsable en la familia, debemos tener en cuenta la elección de productos y servicios no solo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, así como por la conducta de las empresas que lo elaboran¹⁴. Esto implica desarrollar una conciencia crítica sobre el papel de las personas consumidoras, y esta actitud es un instrumento de presión frente al mercado y una contribución al desarrollo humano sostenible.

El consumo responsable se construye mediante la unión de 3 ejes:

- **Consumo Ético y Crítico:** Valorar las opciones más justas con criterios sostenibles sociales y medioambientales, es decir, estando preocupados por las repercusiones económicas, sociales y medioambientales que acompañan a las sociedades de consumo.
- **Consumo Ecológico:** consumir productos cultivados sin residuos tóxicos, sin envases innecesarios, sin ser copartícipe de la destrucción de nuestro entorno. Potenciando el consumo de productos de temporada y de cercanía.
- **Consumo Solidario:** consumir productos con criterios sociales, de equidad y respeto a la dignidad humana, con el objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional.

14.- Campaña "Tras la marca".

Intermon Oxfam www.intermonoxfam.org/es/campanas/proyectos/tras-la-marca



Apoyar iniciativas de economía solidaria^{15,16,17}, reconociendo en este ámbito a aquellas iniciativas empresariales, económicas y financieras comprometidas con la igualdad, el empleo, el medio ambiente, la cooperación, el compromiso con el entorno y que sean sin carácter lucrativo (principios de la Carta Solidaria¹⁸) en sus diferentes facetas de producción, financiación, comercialización y consumo. En este ámbito encontramos a muy diversas entidades del tercer sector: empresas de inserción, cooperativas y sociedades laborales de iniciativa social, asociaciones y fundaciones que realizan actividades económicas con finalidad social, iniciativas que promueven el comercio justo, solidario y/o ecológico.

Favorecer a entidades que promueven y desarrollan actuaciones de responsabilidad social: Esta denominación, mucho más allá de campañas, donaciones y "obras sociales", se basa en el concepto de construcción de "sociedades de responsabilidad compartida" (RS)¹⁹: "la responsabilidad de una organización respecto a los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético". Un comportamiento que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, a la salud y el bienestar general de la sociedad
- Tome en consideración las expectativas de las diversas partes interesadas
- Cumpla rigurosamente con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento

Y con estos valores y actitudes integrados a través de toda la estructura de la organización.

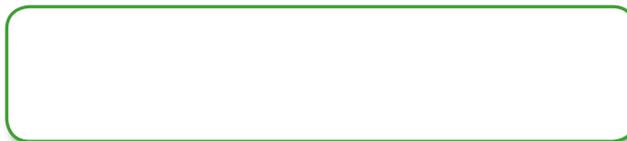
15 REAS. www.economiasolidaria.org

16 Plataforma Rural www.plataformarural.org/

17 Coordinadora Estatal de Comercio Justo www.comerciojusto.org

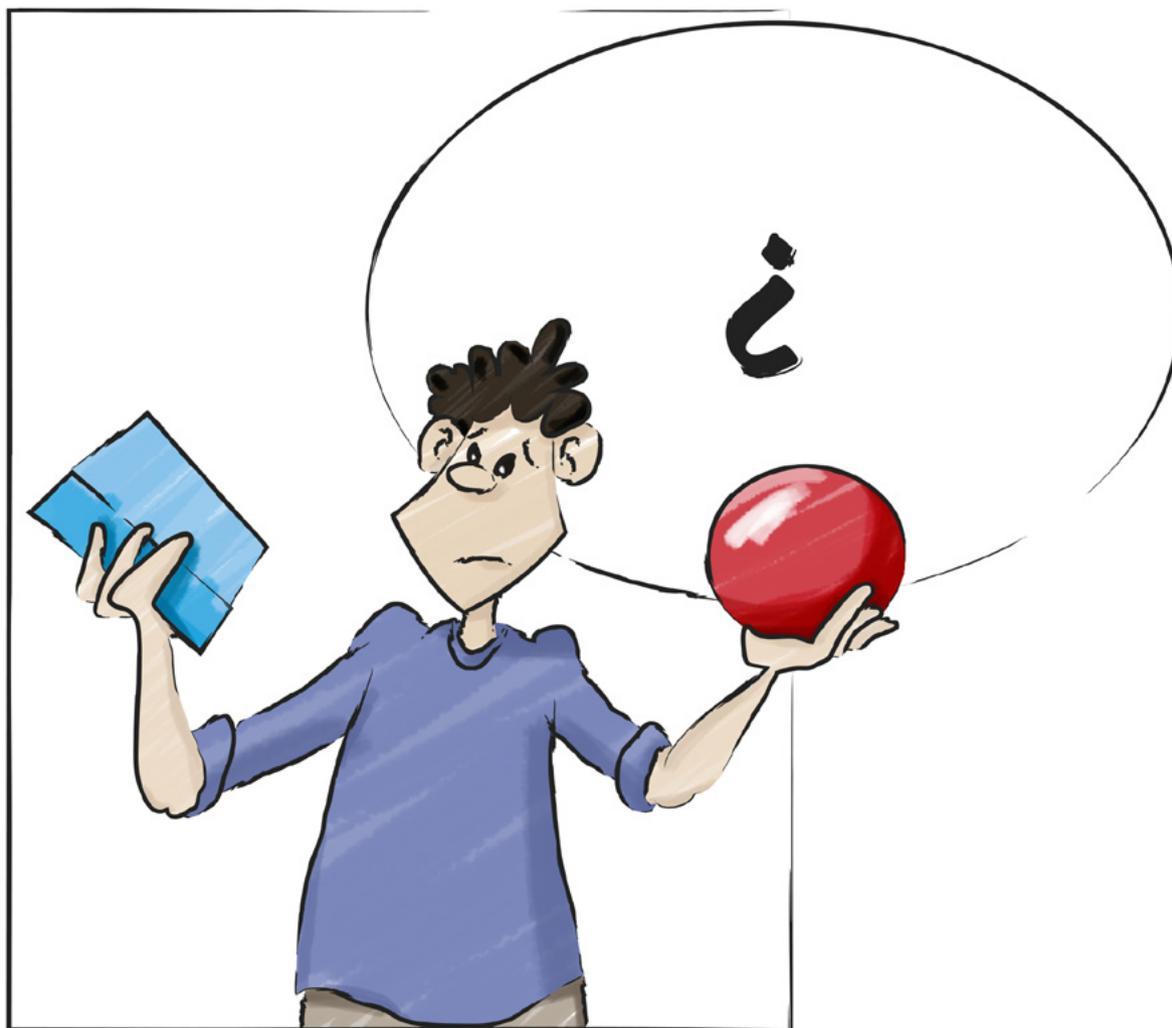
18 Los 6 principios de la Carta Solidaria: www.economiasolidaria.org/carta.php

19 Norma de Responsabilidad Social ISO 26000: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf



ACTIVIDAD SUGERIDA

"EL BANCO DEL TIEMPO" (Secuencia de aplicación y texto anexo disponibles al final del módulo, apartado "Anexo Actividades")



Los padres como modelos de consumo

Consumir, según el Diccionario de la RAE es utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos. El consumo es algo inevitable, pero conviene reflexionar sobre qué se consume y en qué cantidad, ya que en la sociedad en la que vivimos, el consumo ha traspasado sobradamente la barrera de nuestras necesidades. De hecho, la misma RAE ofrece como otra acepción de consumir: "Destruir, extinguir".

Si nos damos cuenta de que para asegurar el futuro de nuestra sociedad y del medio ambiente se necesitan otros estilos de vida, podremos cambiar algunas cuestiones relacionadas con el consumo, por ejemplo: tomar una postura activa en cuanto al mismo, dejar de consumir bienes que realmente no necesitamos o ser conscientes de que muchos consumos que realizamos son más producto de la influencia de la publicidad y el marketing que decisiones propias de cada individuo.

Cada persona tiene sus propias necesidades y deseos, no se pueden establecer unos comunes, pero conviene ser conscientes del porqué de nuestros consumos, para ir responsabilizándonos de ellos poco a poco. Hay veces en que se consumen bienes que no tienen ninguna funcionalidad, pero sí una utilidad para cubrir una carencia emocional momentánea o permanente.

El psicólogo americano Abraham Maslow enunció una teoría sobre las necesidades, conocida como la Pirámide de Maslow (1943). En ella se establece una jerarquía de las necesidades humanas, y defiende que a medida que se satisfacen las necesidades más básicas, vamos desarro-

*El consumo es algo inevitable, pero conviene reflexionar sobre **qué se consume y en qué cantidad**, ya que en la sociedad en la que vivimos, el consumo ha traspasado sobradamente la barrera de **nuestras necesidades**.*



lando necesidades y deseos más elevados. Las necesidades que plantea son: las fisiológicas, las de seguridad, las sociales, las de estima o reconocimiento, y las de autorrealización, tal y como se muestra en la imagen:



Los padres y madres son el primer modelo de referencia para sus hijos/as, que a través de ellos aprenden muchos de los comportamientos, actitudes, valores y conocimientos. Lo que ven y lo que oyen de sus figuras de referencia parentales afectará a la formación de su personalidad. Por esta razón, es conveniente que, desde que los hijos son pequeños, se integre en su educación una actitud racional y crítica ante el fenómeno del consumo. Si se quiere que los hijos aprendan a ser críticos con el consumo, es importante que los padres se impliquen en su labor preventiva a este respecto, y más en una sociedad como la nuestra, donde continuamente se nos incita a consumir más de lo necesario. En este sentido, habrá que enseñar a los hijos/as a manejarse ante el poder de la publicidad y del lenguaje audiovisual en general, así como ante la presión de grupo. También es importante que desde la escuela y la familia se intenten lanzar los mismos mensajes preventivos, para tener un modelo similar. La publicidad, provenga de donde provenga, lanza siempre, en esencia, un mismo mensaje (ideal de felicidad, ser el mejor, que te quieran, que seas feliz en el momento...) y esa convergencia sin duda contribuye a que sea más efectiva.



Los padres y madres tienen que ser grandes “frustradores”, en el sentido de que habrá que dejar de satisfacer a los hijos/as muchas veces cuando pidan algo.

El hecho de que los niños y niñas quieran consumir productos constantemente es algo normal, ya que ellos aún no comprenden qué significa el dinero, ni tienen conciencia de lo que cuesta ganarlo para poder comprar los productos necesarios. Pero que lo pidan no significa que haya que dárselo siempre. Los padres y madres tienen que ser grandes “frustradores”, en el sentido de que habrá que dejar de satisfacer a los hijos/as muchas veces cuando pidan algo y no se lo demos. Si les diéramos todo lo que piden estaríamos creando “pequeños dictadores”. Por esta razón, los padres tendrán entre sus principales objetivos educativos que aprendan a: reconocer adecuadamente sus necesidades auténticas; ser críticos ante las estrategias comerciales; y enseñarles de dónde viene el dinero, lo que cuesta ganarlo, y la necesidad de aprender a gestionarlo.

ACTIVIDADES SUGERIDAS

→ *LOS NIÑOS HACEN LO QUE VEN: Children see, children do (Los niños hacen lo que ven).*
Disponible en: <http://youtu.be/D1wuvD4IWKs>

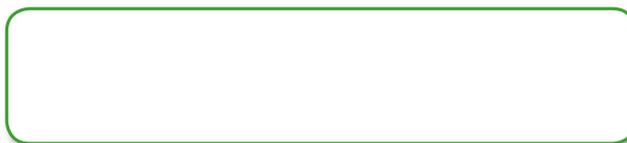
Un claro ejemplo de la influencia de los padres/madres como modelos de los hijos/as es el de este conocido anuncio, que muestra cómo los niños imitan todo lo que hacen sus mayores. Se puede proyectar en la sesión y dar un espacio breve a los padres y madres para que lo comenten.



Ante esta sociedad consumista, ¿cómo pueden actuar los padres y madres para que sus hijos consuman de una manera responsable y racional? Algunas pautas que pueden ayudar a ello, son:

- **Fomentando el diálogo** en la familia, que crea un buen clima familiar donde se puede hablar de cualquier problema, duda, novedad. El diálogo también implica hablar sobre los gastos y las compras de la casa, de manera que los hijos vayan tomando conciencia de lo que supone el dinero. P.ej. se puede hablar con ellos de que tendrán que ir de vacaciones a un sitio y no a otro, porque es más barato, o porque este año ya ha habido gastos extra...
- **Siendo coherentes con los propios consumos**, con coherencia entre lo que se hace y lo que se dice. Como ya se ha dicho, los hijos/as aprenden sobre todo a partir de lo que hacemos y decimos. Por ejemplo, no se debe usar y tirar algo antes de que esté viejo, se debe intentar reutilizar todo lo posible y/o luego reciclar.
- **Haciendo responsables paulatinamente a los hijos/as de la administración de "su" dinero**. La paga semanal (o mensual, cuando son mayores), independientemente de la cantidad otorgada, puede ser un buen modo de que vayan aprendiendo a gestionar el dinero que tienen, que vean que si se compran algo, ya no tendrán dinero para comprar otra cosa, o que si ahorran podrán comprarse algo de mayor precio.
- **Hablando con ellos sobre las estrategias de publicidad más utilizadas**, de manera que aprendan a ser críticos con los mensajes que nos envían desde los medios audiovisuales. Se

Si se les da todo lo que quieran, no aprenderán a valorar las cosas, tendrán dificultades para disfrutarlas, y no tendrán ninguna tolerancia a la frustración.



puede compartir algún espacio en el que se vean anuncios y se hable sobre la opinión que les merecen y sobre las estrategias manipulativas que utilizan estos medios para crearnos necesidades y vender más. Se trata de estimular a los hijos/as para que interpreten críticamente los mensajes televisivos, puedan distinguir la información de la publicidad y puedan contrastar los mensajes recibidos con sus valores y conocimientos. Si ven que sus padres muestran una actitud crítica ante esto, será más fácil que ellos hagan lo mismo. Esta tarea es compleja, ya que las estrategias empleadas por los medios son sumamente influyentes, pero no por eso debemos dejar de hacerlo.

- **Enseñando el valor de decir que “no”.** Esto se puede fomentar a través de espacios para que puedan decir lo que piensan, que den su opinión sin recibir ninguna crítica, que se sientan valorados en sus opiniones, y que los padres les dejen decir que no a alguna propuesta suya, sin que se les recrimine por decir lo que piensan (lo que no significa que se les tenga que dar la razón). Este aspecto resulta fundamental ante la presión de grupo, que casi seguro van a experimentar con especial intensidad en su adolescencia.

En contraposición a esto, algunas de las **cosas que no se deberían realizar** en la educación de los hijos, en relación con el fomento del consumo, serían:

- Dar a los hijos/as todo lo que pidan, bajo la creencia de que “se es más feliz al tener acceso a más cosas”. Si se les da todo lo que quieran, no aprenderán a valorar las cosas, tendrán dificultades para disfrutarlas, y no tendrán ninguna tolerancia a la frustración.
- Tampoco se debería sustituir la falta de tiempo que se pasa con ellos/as con regalos. De esta manera se les estaría enseñando que recibir regalos es la manera que hay de recibir afecto. Es preferible que si se dispone de poco tiempo, éste sea de calidad, y se demuestre el cariño y el afecto a través del contacto, el juego, la escucha, la comunicación, etc.



ACTIVIDAD SUGERIDA

“REFLEXIONANDO SOBRE NUESTRO CONSUMO” (Secuencia de aplicación y texto anexo disponibles al final del módulo, apartado “Anexo Actividades”)

OTRAS ACTIVIDADES SUGERIDAS:

Como recursos complementarios, para integrar alguno en cualquier momento de la sesión, se sugieren unos breves cortometrajes elaborados por jóvenes en el marco del programa “Un spot para decir stop” (FAD – AACID):

- *Tras la noticia. Sanlúcar la Mayor, Sevilla (2011) 5’30’’:*
<https://youtu.be/KpAF0B0LIXo>
- *Párate a mirar. Ubrique, Cádiz (2011) 3’23’’:*
<http://youtu.be/X7Xgx0ft5w>
- *¿Serás tú uno más? Ayamonte, Huelva (2013) 5’38’’:*
<http://youtu.be/nwSLeCbMCPs>
- *Necesidades innecesarias. Santiponce, Sevilla (2013) 4’58’’:*
<https://youtu.be/Zs8kXL4Mqml>
- *Realidad 4G. Santiponce, Sevilla (2015) 3’26’’:*
<https://youtu.be/FnhJOkV4-mY>
- *Cómo comer una manzana. Asoc. Casco Antiguo de Mairena del Aljarafe (Sevilla) 3’:*
<https://youtu.be/mR3cH7SnQrU>

(Los cortometrajes se entregan junto con el material en la carpeta de anexos audiovisuales)

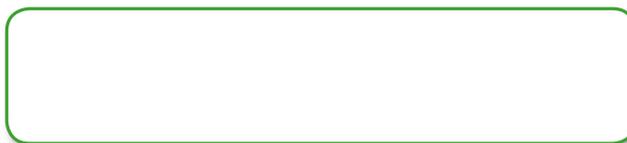


Consumo y convivencia familiar. Conflictos.

Los padres y madres tendemos con frecuencia a cubrir las necesidades materiales de nuestros hijos como expresión de afecto hacia ellos. Este tipo de expresión afectiva no es nada novedosa, pero bien podríamos decir que en una sociedad de consumo como la nuestra ha adquirido unas proporciones muy significativas. El afecto tradicionalmente se ha vinculado a la protección y cuidados del menor, a la expresión verbal y física de ese afecto (besos, caricias, etc.), a la inclusión del menor en el desarrollo de la historia y proyectos familiares, etc. Pero en las últimas décadas, de manera muy sutil, se ha venido equiparando el cuidado del menor con la satisfacción de sus deseos de orden material. Ahora una madre o un padre pueden hacer esfuerzos económicos o de tiempo desproporcionados por satisfacer a su hijo con la compra, por ejemplo, de un determinado juguete antes de que se agote, con la adquisición compulsiva de aparatos informáticos, electrónicos o de telefonía, etc.

Es muy importante rescatar el mundo de expectativas paternas que se generan con esta forma de cuidar a base de proporcionar bienes materiales a los hijos. Muchos padres creen que tales cuidados serán percibidos por los hijos en términos de afecto por ellos. Algo así como si el hijo o hija pudiera decir: *“Cuánto me quiere mi padre/madre al comprarme tal o cuál cosa”*. Es verdad que determinados regalos, pueden generar un sentimiento de gratitud, pero una actividad dádiva constante por parte de los padres acaba por ahogar estas expresiones y los hijos terminan dándolas como normales e incluso como un derecho adquirido. Es muy frecuente el sentimiento intenso de frustración que sienten muchos padres, que podría sintetizarse en un *“¡cuánto hago por ellos / cuánto les doy y así me lo agradecen!”*.

También otro factor relevante que afecta a este “proceder afectivo” está ligado a los sentimientos de culpa que puede generar un modo de vida donde nuestros menores pueden encontrarse desatendidos en alguna medida debido a que la presencia paterna, materna o ambas en la vida familiar está seriamente limitada, habitualmente por condicionantes de orden laboral y/o por



rupturas familiares. Para atenuar nuestro sentimiento de culpa recurrimos a satisfacer los deseos de nuestros hijos sin reparar en otro tipo de posibilidades de más alcance educativo.

Es enormemente llamativo el grado de contradicción en que los adultos podemos caer. No es infrecuente que nos lamentemos, por ejemplo, de los malos resultados académicos de nuestros hijos cuando muchos niños y adolescentes tienen en su habitación un televisor, una videoconsola, un ordenador personal, un Smartphone, etc., cuyo uso apenas se supervisa. Introducimos en su vida muchos elementos distractores y esperamos ingenuamente de ellos que hagan una gestión adulta de los mismos. Aparentemente parece que nos cuesta vincular la abundancia de estos aparatos con los efectos negativos que su uso no regulado produce. Sería el “yo no quiero que a mi hijo le falte de nada”, entendiendo ese “que no le falte” en términos de cosas, objetos y aparatos.

*Aquellos menores que “tuvieron de todo” acaban por convertirse en adolescentes y jóvenes **exigentes**, que pueden demostrar **conductas violentas**, cuando se contrarían sus deseos.*

Urge una reflexión en torno a una doble propuesta:

- Por un lado, el autocontrol por parte de los padres de las expresiones de afecto ligadas a la adquisición de bienes materiales como vehículo preferente de expresión afectiva. No olvidemos que detrás, aparte de la prevención de riesgos contra-educativos, podría haber toda una importante propuesta educativa familiar en torno al consumo responsable, la reutilización, etc.
- Por otro lado, la potenciación de esos otros patrones de interacción afectiva con nuestros menores vinculados a la comunicación verbal y no verbal. Estos patrones, más creativos y profundos, pueden entrenarse; y, en contra de la creencia más general, no están tan ligados al tiempo que dedicamos a los hijos como a la calidad del mismo.



No olvidemos que en algunas ocasiones aquellos menores que “tuvieron de todo” acaban por convertirse en adolescentes y jóvenes exigentes, que pueden demostrar conductas violentas, verbales o incluso físicas, cuando se contrarían sus deseos. En una situación de crisis económica, que para muchas familias conlleva una bajada del poder adquisitivo, la escasa tolerancia a la frustración de estos menores tiene como afecto un aumento de la conflictividad y violencia intrafamiliar al no disponer de cuanto venían teniendo.

Sería interesante constatar si el género del progenitor afecta a esta forma de comunicación que liga obsequios con afecto. Es probable que los padres sean más proclives a ello que las madres, debido en alguna medida a la más frecuente falta de habilidades masculinas en la expresión más directa de su afecto, entendiendo este déficit más en términos de falta de entrenamiento, ausencia en la infancia de otros modelos masculinos a imitar, vida profesional y rigidez de roles, que no a una razón de otro tipo. No olvidemos, no obstante, que también existen muchos varones habilidosos en su expresión afectiva.

Dado que las habilidades de comunicación (y la expresión del afecto es una de ellas) se pueden entrenar, es interesante que padres y madres nos atrevamos a ampliar nuestro repertorio. Podemos tocar, besar y mirar de manera afectuosa a nuestros hijos; podemos establecer complicidades a la hora de llamarnos con nombres “especiales”; podemos compartir aficiones y secretos beneficiosos, podemos tener algunos gestos de escaso valor económico y que pueden tener una alta carga afectiva, podemos aprender a escuchar mejor en lugar de sermonear tanto, etc. Las posibilidades de expresión afectiva se multiplican y el mayor atrevimiento está en diversificar estas respuestas de manera que los elementos de tipo material no polaricen tanto la expresividad afectiva de muchos padres y madres.

ACTIVIDAD SUGERIDA

“MI EXPRESIÓN AFECTIVA” (Secuencia de aplicación y texto anexo disponibles al final del módulo, apartado “Anexo Actividades”)



Conclusiones

Es importante conocer el entorno natural en que vivimos, para protegerlo y cuidarlo. Pero la educación ambiental no consiste sólo en tener conocimientos sobre el medio ambiente, sino también en desarrollar unos valores y actitudes coherentes con respecto a su cuidado y protección.

Aunque según el Barómetro de septiembre 2012 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) parece que a la mayoría de españoles (80,6%) no preocupen demasiado los problemas del medio ambiente. Sin embargo, un 60% sí percibe que estos problemas tienen un efecto directo en nuestra vida diaria.

El **cuidado del medio ambiente** es tarea de todos y conviene reflexionar sobre qué podemos hacer cada cual desde nuestros hogares para protegerlo. Desde nuestras casas podemos llevar a cabo diferentes acciones para fomentar el cuidado de nuestra Tierra: reciclar y reutilizar, ahorrar agua y energía, caminar o montar en bici frente al uso continuado del coche...

La **educación ambiental** tiene que partir de las familias, desde un enfoque en el que se muestre la importancia de la protección del medio en el que vivimos. Desde la familia se pueden llevar a cabo numerosas acciones que contribuyan a cuidar el medio ambiente y tener una mayor conciencia social sobre el medio en el que vivimos y cómo consumimos sus recursos para satisfacer nuestras necesidades, reales o creadas.

Los padres y madres somos principales modelos de referencia para los hijos/as, sobre todo, en sus primeras etapas. Por esta razón, debemos ser un ejemplo también en nuestra forma de consumo. Consumir es algo inevitable, pero puede que no nos hayamos planteado qué y por qué consumimos, y en qué cantidad. Y esto resulta relevante para adoptar una postura racional y crítica ante nuestro consumo, que podamos transmitir a nuestros hijos/as.



Algunas **pautas para fomentar el consumo responsable** en nuestros hijos e hijas son: fomentar el diálogo sobre asuntos de dinero y compras; ser coherentes con nuestros propios consumos; ayudarles a tomar conciencia de sus necesidades auténticas; informarles y reflexionar con ellos sobre las estrategias de publicidad más empleadas; enseñarles a administrarse su propio dinero; evitar los pequeños “chantajes afectivos” con bienes materiales; incluso educarles en la frustración, no dándoles siempre lo que piden.



Anexos y Actividades



El banco del tiempo

Descripción de la actividad:

Se verá un vídeo sobre una iniciativa llevada a cabo en un pueblo de la Comunidad de Madrid, donde caminan hacia la soberanía alimentaria y la dependencia energética, contando con el apoyo de muchos de los vecinos de la zona. Se discutirá con los padres sobre la opinión que les merece el vídeo. A continuación realizarán ellos mismos un Banco del tiempo, donde cada uno tendrá que abrir una "cuenta de horas" especificando qué servicios y conocimientos ofrece y espera recibir, y tendrán que ver si entre los miembros del grupo hay algún servicio que les interese. Este Banco del Tiempo se podría mantener a lo largo de todo el curso escolar.

Objetivo:

Mostrar a los padres formas alternativas de protección del medio ambiente y para economizar los recursos existentes; y que ellos mismos participen en una actividad que fomenta la solidaridad y el cuidado del medio ambiente. De este modo se aprende a consumir de manera diferente, dando más valor al tiempo y esfuerzo que nos requiere cada actividad, y menos al dinero.

Tiempo necesario:

Una hora aproximadamente: 10 minutos para la presentación y visionado del vídeo, 15 minutos de debate sobre el mismo, 20 minutos para crear el Banco del Tiempo de cada pequeño grupo, y 15 minutos más para la puesta en común entre todos los grupos.

Materiales necesarios:

Bolígrafos, lápices de colores, cartulinas grandes, pizarra para la puesta en común, ordenador y videoprojector (o equipo multimedia) para el visionado (vídeo disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=jI_TOVpy6nw)

Presentación a los participantes:

Veamos primero un reportaje de ejemplo sobre la experiencia de Zarzalejo, un pueblo de Madrid donde están llevando a cabo una estrategia de desarrollo sostenible, a través de diferentes



acciones para proteger el medio ambiente. A continuación, elaboraremos un Banco del tiempo donde cada uno/a pondrá a disposición de los demás algún servicios y/o conocimientos propios, y podrá recibir otros a cambio, con un sistema de contabilidad de horas en lugar de dinero”.

Secuencia de desarrollo:

1º Visualización del reportaje

2º Debate sobre el vídeo: ¿Qué pensáis de esta alternativa? ¿Es factible para todo el mundo? ¿Qué beneficios e inconvenientes encontráis?

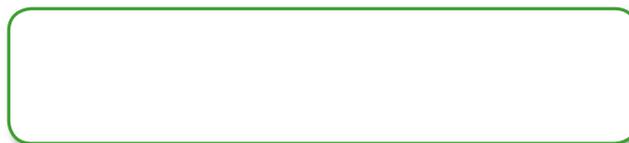
3º Distribución en grupos de 5/6 personas. Diálogo inicial sobre los servicios que cada uno ofrece y los que le gustaría recibir a través del banco del tiempo. Diseño individual en una cartulina que englobe estas ideas. También pondrán en las cartulinas su cuenta de horas, para ir contabilizando las horas gastadas y las disponibles.

4º Puesta en común con todo el grupo de las cartulinas de cada uno/a, con la posibilidad de que ya se cierren intercambios de servicios.

5º (opcional) Poner las cartulinas en algún lugar visible y mantenerlas con la idea de que ese banco del tiempo funcione durante todo el curso escolar.

Comentario final:

A través de esta actividad los propios padres y madres podrán vivir la experiencia de intercambiar servicios que necesiten o quieran, sin necesidad de invertir dinero. Conocerán, en suma, otra manera diferente de consumir.



Reflexionando sobre nuestro consumo

Descripción de la actividad:

En esta actividad vamos a hacer una reflexión crítica sobre el consumo de cada uno/a de nosotros/as. Para ello, el formador leerá primero un cuento de De Mello (2008) sobre la importancia de consumir lo auténticamente necesario, tras lo cual los padres y madres tendrán que hacer un análisis sobre lo que han comprado en las últimas dos semanas, y después reflexionar, en pequeños grupos, sobre cómo es su consumo, por qué consumen y en qué cantidades.

Objetivo:

Hacer una reflexión crítica del propio consumo, con el fin de que sean conscientes del modelo que están viviendo y transmitiendo a sus hijos. No se trata de hacer sentir culpables a los participantes por el consumo que realizan, sino de reflexionar con ellos sobre por qué lo hacemos, ya que es un tema que muchas veces ni nos planteamos, pues estamos inmersos en una sociedad en la que nos venden la idea de que ante todo "hay que consumir".

Tiempo necesario:

Serán necesarios 40 minutos aproximadamente: 5-10 minutos para la lectura del cuento y una breve reflexión, 5-10 minutos para hacer un listado cada cual con su consumo de las dos últimas semanas, 15 minutos para reflexionar y debatir en el grupo sobre esos consumos, y 10-15 minutos para la puesta en común con todo el grupo y la reflexión grupal.

Materiales necesarios:

Fotocopias del cuento de Anthony De Mello ([anexo](#)) para que lo tengan todos los participantes, folios, bolígrafos, pizarra para la puesta en común.

Presentación a los participantes:

"Vamos a realizar una actividad para reflexionar sobre nuestro propio consumo. Para ello, leeremos primero un cuento que nos haga pensar, para después reflexionar en pequeños grupos



sobre nuestra manera de consumir. No se trata de juzgar ni culpar a nadie, sino de pensar sobre ello.”

Desarrollo:

1º Lectura del cuento, que ilustra una gran moraleja sobre la importancia de consumir lo auténticamente necesario para vivir bien y tranquilo.

2º Preguntar por las reacciones y opiniones de los participantes.

3º Pedirles que hagan un listado, de manera individual, de todo lo que recuerden que han comprado en las últimas dos semanas.

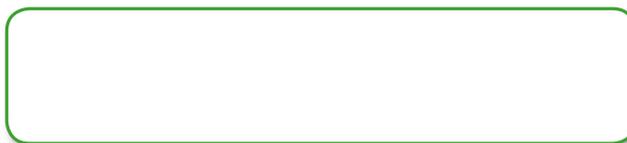
4º Distribuir a los participantes en pequeños grupos de 5/6 participantes cada uno y pedirles que comenten los datos de consumo anotados por cada uno y reflexionen acerca de:

- aquellas cosas que han comprado pero de las que podrían haber prescindido (necesidades)
- si antes comprobaron el etiquetaje, por motivos de salud (aditivos, grasas...) y de impacto social o medioambiental (procedencia; comercio justo: sellos Fairtrade, UTZ, Rainforest...)
- si tuvieron en cuenta el volumen y composición del embalaje, la producción de residuos y sus posibilidades de reciclaje.

5º Puesta en común con todo el grupo y reflexión final.

Comentario final:

Se puede sugerir que realicen esta actividad en casa con su pareja (si no ha ido al curso), y debatan juntos acerca del modelo que están transmitiendo a sus hijos/as sobre este tema.



ANEXO: El pescador satisfecho (La buena vida)

“Enzo, un rico comerciante de Puerto Ayacucho visita a las comunidades indígenas del alto Orinoco y se horroriza cuando ve a Orawë, indígena yanomami tumbado tranquilamente en su chinchorro mascando tabaco.

¿Por qué no sales a pescar? – le pregunta Enzo.

Porque ya he pescado bastante hoy – le contesta Orawë.

¿Y por qué no pescas más de lo que necesitas? – insiste el comerciante.

¿Y qué iba a hacer con ello? – pregunta a su vez el indio.

Ganarías más dinero. De ese modo podrías poner un motor fueraborda en tu canoa. Entonces podrías llegar lejos en el río y pescar más peces. Y así ganarías lo suficiente para comprar una red de nylon, con lo que obtendrías más pescado y más dinero. Pronto ganarías para tener dos canoas y hasta dos motores y más rápidos... Entonces serías rico como yo.

¿Y qué haría entonces? – preguntó de nuevo el indígena.

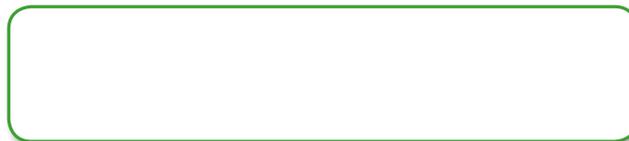
Podrías sentarte y disfrutar de la vida – respondió el comerciante.

¿Y qué crees que estoy haciendo en este momento? – respondió satisfecho el indio Orawë”.

Fuente: DE MELLO (2008) El canto del pájaro

Si se prefiere visualizarlo, hay una presentación de buena calidad (2'11'') en:

<http://youtu.be/DJUISM9STjw>



Mi expresión afectiva

Descripción:

Actividad que consta de tres fases –ambientación, tarea individual y trabajo en grupos- con el propósito de reflexionar sobre cómo, casi sin darnos cuenta, podemos convertir nuestras pautas de consumo en pautas dominantes de expresión afectiva.

Objetivo:

El objetivo es desarrollar una mirada más reflexiva sobre nuestro comportamiento en lo que a expresión afectiva se refiere: ¿Cómo demuestro mis afectos en mi familia? Y a su vez propiciar otras posibilidades: ¿De qué otras maneras podría demostrar mis afectos en familia?

Tiempo:

En total unos 45-50 minutos. Para la presentación unos 10 minutos; para el cuestionario individual podemos emplear 15-20 minutos y para la fase de pequeño grupo unos 20-30 minutos.

Desarrollo:

1º El formador ya habrá expuesto algunas de las ideas desglosadas en los contenidos, con el propósito de situar la atención en cómo podemos en alguna medida convertir algunas pautas de consumo en pautas dominantes de expresión afectiva.

2º Tras la presentación, el formador/a (o alguno/a de los asistentes) dará lectura en voz alta al documento “El nudo en la sábana” ([anexo 1](#)), a modo de ejemplificación y sensibilización sobre otras formas de la expresión afectiva personalizada no vinculadas al consumo.

3º Tarea individual dónde se contesta a un breve cuestionario ([anexo 2](#))

4º La fase de pequeño grupo (de 4 a 6 personas) tiene como propósito el intercambio y comentario de lo expresado individualmente en el cuestionario. Es aconsejable que varones y



mujeres se distribuyan equitativamente entre los grupos. Y, en los casos en que ambos miembros de la pareja estén presentes, que se incluyan en grupos distintos. El formador dará las siguientes instrucciones:

“Vamos a formar pequeños grupos para que podáis comentar algunos aspectos del cuestionario que hemos realizado. Disponemos de unos 25 minutos. Cada grupo debe nombrar a un secretario/a que hará las veces de portavoz para una puesta en común”.

Las cuestiones a responder por cada grupo son:

- ¿Cuáles son las formas más habituales que utilizamos para expresar el afecto a nuestros hijos?
- ¿Descubrimos diferencias entre padres y madres?
- ¿Qué papel juega el consumo en estas expresiones afectivas?
- ¿Qué conclusiones y/o propuestas de cambio podemos sacar juntos?

5º Para acabar, el formador podrá dirigir una puesta en común intentando llegar a una conclusión o resumen desde el gran grupo.

Materiales:

Papel, bolígrafos y el cuestionario fotocopiado para cada participante. Para ambientar la actividad se utilizará la lectura de “El nudo en la sábana” a leer por formador (o alguno/a de los asistentes) tras la presentación.



ANEXO: El nudo en la sábana

En una reunión de padres de familia de cierta escuela, la directora resaltaba el apoyo que los padres deben darle a sus hijos. También pedía que se hicieran presentes en la vida de sus hijos el máximo de tiempo posible. Pensaba que, aunque la mayoría de padres y madres de aquella comunidad fueran trabajadores, deberían encontrar un poco de tiempo para atender y hablar con sus hijos.

Uno de los padres presentes se levantó y explicó las enormes dificultades que tenía para ver a su hijo entresemana por las exigencias que su trabajo le imponía. Cuando salía de casa era muy temprano y su hijo de siete años todavía dormía. Cuando regresaba del trabajo, normalmente era muy tarde y su hijo ya descansaba. Le apesadumbraba la situación e ideó con su hijo un ingenioso sistema de comunicación. Cada noche cuando entraba en la habitación de su hijo le besaba, se quedaba unos instantes oyéndole respirar y hacía un nudo con la tela en una esquina de la sábana. Cada mañana su hijo se despertaba y miraba feliz el nudo en la esquina, señal cómplice del beso que recibió mientras dormía.

...Algunas veces nos preocupamos tanto con la forma de decir las cosas que olvidamos lo principal, que es la comunicación a través del sentimiento. Simples detalles como un beso y un nudo en la punta de una sábana significaban para aquel hijo muchísimo más que un montón de regalos o disculpas vacías.

Texto recogido por José Luís Prieto en su colección "Reflexiones para el alma".

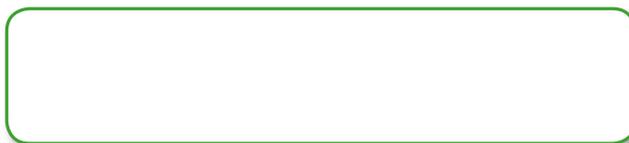


ANEXO: Cuestionario

- Describe brevemente de qué manera tu padre te expresaba su afecto cuando eras niño/a. Haz lo mismo con respecto a tu madre.
- ¿Dirías que en tu familia de origen se expresaba de manera clara el afecto y el cariño, o por el contrario éste permanecía más bien oculto?
- ¿Encuentras semejanzas y diferencias en lo que haces como padre o madre y lo que viste y aprendiste en tu familia de origen a tu padre y a tu madre? ¿Qué es semejante? ¿Qué es diferente?
- ¿Cuáles son tus puntos fuertes en tu manera de expresar tu afecto por tus hijos? ¿Qué te cuesta hacer y sin embargo te gustaría poder hacerlo?
- ¿Cuáles son los puntos fuertes de tu pareja? ¿Qué le cuesta hacer a él o a ella?
- A la hora de obsequiar a tus hijos con bienes de consumo apreciados por ellos, ¿te consideras moderado/a? ¿Puede que te pases de la raya? ¿Les regalas cosas que ni siquiera te han pedido? Si es así ¿por qué lo haces?



Fuentes recomendadas



Colom A.J. Desarrollo sostenible y educación para el desarrollo.- Barcelona: Ediciones Octaedro, 2000.

García Díaz J.E. Principios para una nueva Educación Ambiental. En: Revista Medio Ambiente nº 37 (2001), páginas 57-58. Descargar en: <http://goo.gl/CP2zhv>

Intermón-Oxfam. Informe "Tras la marca. El papel de las 10 grandes empresas de alimentación y bebidas en el sistema alimentario" (2013). Descargable, en español, en: <http://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/informe-tras-la-marca-intermon-oxfam-260213-es.pdf>

Actualización del informe con comparativas octubre-2014 / marzo-2015:

<http://www.oxfamintermon.org/es/campanas/proyectos/tras-la-marca>

Portal web de Medio Ambiente. Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. (Desde el Centro de Documentación Ambiental > Publicaciones se accede a todos los números de EnAcción - Revista de Voluntariado Ambiental y Revista Medio Ambiente, entre otras, así como boletines e informes periódicos):

<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/>

AA.VV. Estrategia Andaluza de Educación Ambiental (2006).

Descargable en: <http://goo.gl/7974Z9>

Guía para reducir tu basura:

http://www.absostenible.es/fileadmin/agenda21/documentos/Guia_Practica_para_Reducir_tu_Basura.pdf

SETEM. Preguntas y respuestas sobre comercio justo (2010):

http://www.setem.org/media/pdfs/Preguntas_y_Respuestas-ComercioJusto-SETEM.pdf

