

Cambiar el consumo para cambiar la vida

Orientaciones a la luz de *Laudato si'* y de la Doctrina Social de la Iglesia

Documento resumen

1a parte: **La humanidad necesita cambiar** (síntesis)

2a parte: **Orientaciones pedagógicas** (resumen ejecutivo)



Fundación “Centesimus Annus Pro Pontifice”
Capítulo de Barcelona, 2018

Sumario

1a parte: La humanidad necesita cambiar

1. La relevancia del consumo hoy

- 1.1 El consumo: elemento clave del sistema económico y de nuestro modelo de vida
- 1.2 La Doctrina Social de la Iglesia y el fenómeno del consumo
- 1.3 La conversión ecológica integral como reto educativo

2. Criterios para una visión cristiana del consumo

- 2.1 Una actitud positiva hacia las creaciones y los bienes
- 2.2 El imperativo medioambiental sobre el consumo
- 2.3 La dimensión socioeconómica del consumo
- 2.4 La dimensión ético-personal del consumo
- 2.5 El consumismo es un desorden moral
- 2.6 La alternativa real al consumismo es un nuevo estilo de vida

3. Formar para un consumo responsable

- 3.1 El consumo responsable
- 3.2 Necesidades y motivaciones del consumo
- 3.3 Tomar conciencia sobre el propio consumo
- 3.4 Alternativas al hecho de comprar
- 3.5 Qué consumir i dónde comprarlo
- 3.6 ¿Es posible y bueno un estilo de vida de “bajo consumo”?
- 3.7 Menos es más

2a. parte: Orientaciones pedagógicas

4. El reto educativo del cambio

- 4.1 Estimular nuevos estilos de vida es un reto educativo global
- 4.2 Implicar a todos los agentes educativos
- 4.3 Claves educativas ante el consumo
- 4.4 Una espiritualidad que nos impulse

5. Educar para el consumo en la escuela

- 5.1 El alcance de una educación para el consumo
- 5.2 Abordaje interdisciplinar
- 5.3 Propuestas metodológicas convenientes
- 5.4 Programas y recursos de educación para el consumo
- 5.5 La escuela como comunidad y organización sostenible

6. Hábitos para un nuevo estilo de vida (una propuesta para el primer mundo)

- 6.1 El poder de los hábitos
- 6.2 El desarrollo de los hábitos y el entorno
- 6.3 La propuesta de hábitos

1a parte: La humanidad necesita cambiar

1. La relevancia del consumo hoy

1.1 El consumo: elemento clave del sistema económico y de nuestro modelo de vida

La doble dimensión del fenómeno del consumo

Cerca ya de cumplirse la segunda década del siglo XXI, **el fenómeno del consumo emerge como una cuestión central del sistema económico mundial así como un potente elemento de configuración de un cierto modelo de persona**. Distinguimos, por tanto, una dimensión socioeconómica y una dimensión ética y personal.

El desarrollo económico

El modelo económico que impera es el del **desarrollo basado en un crecimiento sostenido de la producción de bienes y servicios**, sustentado necesariamente por un **crecimiento igualmente sostenido del consumo** de estos bienes y servicios en un proceso constante de retroalimentación.

Este modelo era el propio de los países llamados “desarrollados” y es el modelo que ha asegurado un crecimiento generalizado de la riqueza y del bienestar en estos países, aunque no distribuidos de forma equitativa. Con la globalización este modelo se ha ido imponiendo por todo el mundo, al menos como paradigma, ya que su realización presenta diferencias abismales.

Crisis y cuestionamiento del crecimiento ilimitado

En paralelo a esta generalización, y de lo que podríamos denominar como “éxito” del modelo, también se han detectado **síntomas de crisis o de agotamiento**. Los más alarmantes son la **sobreexplotación de los recursos planetarios no renovables**, lo que puede conducir a su agotamiento y al **grave deterioro del medio ambiente**.

Alternativas

Ante esta constatación, se ha producido una búsqueda de alternativas que han llevado al debate público términos como “**desarrollo sostenible**”, a fin de acotar un crecimiento desordenado en todos los ámbitos o, incluso, propuestas que hablan de “**decrecimiento**”. Resulta complejo, o incluso injusto, intentar aplicar soluciones iguales a situaciones tan distintas.

Consumo y estilo de vida: el consumismo

El peso determinante del consumo en el sistema económico está muy consolidado. La vida cotidiana está empapada de consumo hasta el punto de que el “consumismo” se ha convertido en **un auténtico estilo de vida** dominante y un **modelo** para todos los

países, sea cual sea su nivel de desarrollo. Más aún, la expectativa de adoptar este estilo de vida es motor de algunos movimientos migratorios.

El consumismo es más que un consumo elevado. El consumismo, enraizado en el paradigma de usar y tirar, es **una forma de relación con las cosas**, es un **conjunto de actitudes y de hábitos que acaben configurando la persona y su comportamiento**, incluso el mismo sentido de la vida.

1.2 La Doctrina Social de la Iglesia y el fenómeno del consumo

Una larga y fecunda tradición de pensamiento social

Aunque una visión reducida de la fe pueda defender que la cuestión del consumo queda al margen, la profundidad de lo que este fenómeno desvela nos tiene que interpelar y conducir a la constatación que **la fe que profesamos no puede permanecer ajena a cómo vivimos esta realidad**.

La larga tradición de pensamiento social cristiano y de Doctrina Social de la Iglesia ha aportado **principios y criterios que iluminan todas las realidades humanas** y que también pueden iluminar hoy nuestro comportamiento en relación con el consumo.

Una doctrina bien viva y actualizada

En los últimos 150 años, la Doctrina Social ha tenido su **mayor desarrollo y sistematización**, singularmente con el **Concilio Vaticano II**, las grandes **encíclicas sociales de los últimos Papas** y la elaboración de su **Compendio**. La **encíclica *Laudato si'* (*Alabado sea*)** del Papa Francisco (2015), dedicada a la ecología, aporta como novedad un **enfoque holístico de los problemas del mundo y las respuestas a dar**. Aborda armónicamente las problemáticas sociales actuales estrechamente vinculadas a la problemática ambiental, denunciando no una crisis social y una crisis ecológica como realidades separadas, sino **una única crisis socio-ecológica**.

Las principales referencias al magisterio

***Laudato si'* (LS)** por su contemporaneidad y temática será la principal referencia en este documento, complementada con:

- ***Centesimus Annus***. Encíclica del Papa Juan Pablo II, 1991. (CA)
- ***Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia***. Pontificio Consejo «Justicia y Paz», 2006. (CDS)
- ***Evangelii gaudium***. Exhortación apostólica del Papa Francisco, 2013. (EG)

Principios fundamentales de esta doctrina

El hombre como copartícipe de la creación en el plan de Dios, nos permite partir de **una visión positiva sobre las cosas producidas por la humanidad**, pero no exime de una **crítica sobre los usos** que se puedan hacer.

El principio del **destino universal de los bienes** alerta ante un uso de los recursos que pueda privar a los demás de estos. Incluso de las generaciones futuras. Que **el derecho a la propiedad no se puede considerar de manera absoluta y sin limitaciones** alerta ante apropiaciones indebidas de aquello que no puede ser privativo de unos pocos como son los bienes naturales básicos: el agua, el aire respirable...

La figura bíblica del **administrador honrado y prudente** nos acerca a un modelo de conducta personal ante los bienes y su consumo. El Compendio (CDS) recuerda **la limitación de los recursos y la necesidad de hacer un uso eficiente de los mismos**. También anima a los consumidores a **influir en la realidad económica desde exigencias morales**.

El consumismo es visto como una orientación que empobrece la persona. También se nos recuerda que es preciso **respetar la integridad y los ritmos de la naturaleza y proteger el medio ambiente** y que todo ello nos ha de conducir a **nuevos estilos de vida**.

Conversión ecológica integral, consumo y estilos de vida

La encíclica *Laudato Si'*, de acuerdo con esta línea de pensamiento, formula una llamada potente a una **conversión ecológica integral** dirigida a toda la humanidad. **La conversión ecológica es una impugnación radical del consumismo** como eje de nuestra forma de vida y como cultura dominante en nuestras sociedades.

1.3 La conversión ecológica integral como reto educativo

La educación condiciona el estilo de vida

La propuesta de *Laudato Si'* **de replantearnos el estilo de vida** incide directamente sobre la dimensión ética y personal del consumo. Se trata de cambiar hábitos y costumbres, desarrollar nuevas actitudes, crecer en virtudes y esto dibuja un reto educativo.

Llamada a los educadores

En *Centesimus annus*, Juan Pablo II afirma “es necesaria y urgente **una gran tarea educativa y cultural**, que abrace la educación de los consumidores a hacer un uso responsable de su poder de decisión, la formación de un alto sentido de responsabilidad en los productores y, sobre todo, en los profesionales de las comunicaciones de masas” (CA 36).

Más allá del estilo de vida

Es evidente que esta dimensión no agota toda la problemática sobre el consumo. Es importante que se aborden también aspectos de su **dimensión socioeconómica** y su relación con los **sistemas políticos y económicos** que, tal como ya se ha dicho, son determinantes. Estos aspectos quedan fuera del alcance del presente documento.

2. Criterios para una visión cristiana del consumo

2.1 Una actitud positiva hacia la creación y los bienes

Somos colaboradores de Dios en la obra de la creación

En la encíclica *Laudato si'*, citando a Juan Pablo II, Francisco recuerda que si “el solo hecho de ser humanos mueve a las personas a cuidar el ambiente del cual forman parte, **los cristianos, en particular, descubren que su cometido dentro de la creación, así como sus deberes con la naturaleza y el Creador, forman parte de su fe**» (LS 64).

La tradición cristiana ha entendido siempre que **la humanidad está llamada a continuar la tarea creadora de Dios y que la ciencia y la tecnología y todos los productos de la creatividad humana son parte del mismo don de Dios al crearnos.**

Los bienes tienen un destino universal y no es lícito apropiarnos de ellos para un uso privativo

En *Laudato si'* leemos: “No somos Dios. **La tierra nos precede y nos ha sido dada.** (...) Cada comunidad puede tomar de la bondad de la tierra lo que necesita para su supervivencia, pero también tiene el **deber de protegerla y de garantizar la continuidad de su fertilidad** para las generaciones futuras.” (LS 67).

Si el don de la tierra es para **nosotros y para las generaciones futuras**, los **bienes que se derivan tienen un destino universal y no es lícito apropiarse de los mismos para un uso privado.** Este es un **principio perenne de la Iglesia.**

Francisco lo recuerda: “Hoy creyentes y no creyentes estamos de acuerdo en que la tierra es esencialmente una herencia común, cuyos frutos deben beneficiar a todos. Para los creyentes, esto se convierte en una cuestión de fidelidad al Creador, porque Dios creó el mundo para todos” (LS 93).

El derecho a la propiedad privada no es ni absoluto ni intocable

De acuerdo con este destino universal de los bienes, **el derecho a la propiedad privada no puede ser considerado como un derecho absoluto**, en cualquier circunstancia y por encima de cualquier otra.

Recuerda Francisco: “La tradición cristiana nunca reconoció como absoluto o intocable el derecho a la propiedad privada y subrayó la función social de cualquier forma de propiedad privada.” (LS 93).

Y cita también a Juan Pablo II quien recordó con mucho énfasis esta doctrina: «**Dios ha dado la tierra a todo el género humano para que ella sustente a todos sus habitantes, sin excluir a nadie ni privilegiar a ninguno**» (CA 31).

2.2 El imperativo medioambiental sobre el consumo

Hay que respetar la integridad y los ritmos de la naturaleza y proteger el medio ambiente

El CDS (470) ya recoge una preocupación ecológica sobre el futuro del mundo y las dimensiones morales de nuestra interacción con el medio ambiente: “La programación del desarrollo económico debe considerar atentamente «la necesidad de respetar la integridad y los ritmos de la naturaleza», porque **los recursos naturales son limitados y algunos no son renovables**. (...) La investigación en el campo de las innovaciones que pueden reducir el impacto sobre el medio ambiente provocado por la producción y el consumo, deberá incentivarse eficazmente.

La energía es un recurso esencial que tiene que estar al alcance de todos

El uso de la **energía ha sido el factor clave del desarrollo económico**. Las fuentes – renovables o no- de esta energía y su disponibilidad están en el centro del debate ecológico y económico.

Hay que revisar los modelos de desarrollo i progreso

Laudato si' va más allá de esperar alternativas a los recursos que puedan escasear y se cuestiona si “**ya se han rebasado ciertos límites máximos de explotación del planeta, sin que hayamos resuelto el problema de la pobreza**” y plantea “**la imposibilidad de sostener el actual nivel de consumo de los países más desarrollados y de los sectores más ricos** de las sociedades, donde el hábito de gastar y tirar alcanza niveles inauditos” (LS 27).

Les desigualdades en el mundo piden respuestas específicas

Estos cambios de modelo tienen que **tener en cuenta la situación real de las diferentes poblaciones del planeta**: “si en algunos casos el desarrollo sostenible implicará nuevas formas de crecer, en otros casos, frente al crecimiento voraz e irresponsable que se produjo durante muchas décadas, hay que pensar también en detener un poco la marcha, en poner algunos límites racionales e incluso en volver atrás antes que sea tarde.” Decía Benedicto XVI que «**es necesario que las sociedades tecnológicamente avanzadas estén dispuestas a favorecer comportamientos caracterizados por la sobriedad, disminuyendo el propio consumo de energía y mejorando las condiciones de su uso**» (LS 193).

2.3 La dimensión socioeconómica del consumo

Debemos hacer un uso eficiente de los recursos limitados

Quizás la cuestión central de la dimensión económica del consumo es la constatación de que **hay recursos que son limitados** y no tienen, al menos por ahora, capacidad de renovación.

El *Compendio* explicita que los recursos de la naturaleza son cuantitativamente escasos y hay que emplearlos de la forma más racional posible (CDS 346).

Laudato si' cuestiona el cambio que ha sufrido la relación del ser humano con la naturaleza: “se pasa fácilmente a la idea de un crecimiento infinito o ilimitado, que ha entusiasmado tanto a economistas, financistas y tecnólogos. Supone la **mentira de la disponibilidad infinita de los bienes del planeta**, que lleva a «estrujarlo» hasta el límite y más allá del límite.” (LS 106).

El mercado competitivo, convenientemente regulado, es un instrumento económico eficaz

De acuerdo con el CDS, “Un mercado verdaderamente competitivo es un instrumento eficaz para conseguir importantes **objetivos de justicia**:

- **moderar los excesos de ganancia** de las empresas
- responder a las **exigencias de los consumidores**
- realizar una mejor utilización y **ahorro de los recursos**
- **premiar los esfuerzos** empresariales y la habilidad de innovación
- **hacer circular la información**, de modo que realmente se puedan comparar y adquirir los productos en un contexto de sana competencia”. (CDS 347).

Pero la libertad económica tampoco es un valor absoluto. Hay que **evitar una concepción mágica del mercado** capaz de resolver todos los problemas. El mercado necesita regulación que asegure su buen funcionamiento.

El medio ambiente es un bien que no se puede dejar solo en manos de los mecanismos del libre mercado (LS 190, CDS 350).

Un sistema económico de maximización del beneficio es injusto e insostenible

La Doctrina Social de la Iglesia siempre ha alertado sobre las **injusticias potenciales y reales de los sistemas económicos y de sus frecuentes excesos**. En *Laudato si'* se critica el principio de maximización del beneficio. La aplicación de este principio es causa de injusticias y está en la raíz de la crisis ecológica.

2.4 La dimensión ética-personal del consumo

Los consumidores deben influir en la realidad económica desde exigencias morales

La Iglesia subraya el poder de los consumidores y el deber que tienen de ejercerlo bajo criterios morales: “**Los consumidores, que en muchos casos disponen de amplios márgenes de poder adquisitivo, muy superiores al umbral de subsistencia, pueden influir notablemente en la realidad económica con su libre elección entre consumo y ahorro.**” (CDS 358).

El deterioro ambiental cuestiona nuestros comportamientos

Laudato si' insiste en esta línea: “**Un cambio en los estilos de vida podría llegar a ejercer una sana presión sobre los que tienen poder político, económico y social**” (LS 206). Y este punto de la encíclica acaba con dos citas precisas de Benedicto XVI: «**Comprar es siempre un acto moral, y no sólo económico**». Por eso, hoy «el deterioro ambiental cuestiona los comportamientos de cada uno de nosotros».

2.5 El consumismo es un desorden moral

El consumismo empobrece la persona valorando el tener per encima del ser

El CDS aborda el fenómeno del consumismo denunciando que “produce **una orientación persistente hacia el «tener» en vez de hacia el «ser» que empobrece la persona**” (CDS 360).

En palabras de Juan Pablo II (CA 36), “al dirigirse directamente a sus instintos, prescindiendo en uno u otro modo de su realidad personal, consciente y libre, se pueden crear hábitos de consumo y estilos de vida objetivamente ilícitos y con frecuencia incluso perjudiciales para su salud física y espiritual. (...) A través de las opciones de producción y de consumo se pone de manifiesto una determinada cultura, como concepción global de la vida. De ahí nace el fenómeno del consumismo”.

El consumismo lleva al desconcierto existencial

El mismo Juan Pablo II (*Sollicitudo rei socialis* 9 a 14 y otros) ya denunciaba el desorden del consumismo en los países ricos. Estos países «advierten a menudo una especie de extravío existencial, **una incapacidad de vivir y de gozar rectamente el sentido de la vida**, aun en medio de la abundancia de bienes materiales» (CDS 374).

El consumismo obsesivo es el reflejo del paradigma tecno económico

Laudato si' desvela lo que se encuentra en el origen del consumismo obsesivo: “Dado que el mercado tiende a crear un mecanismo consumista compulsivo para colocar sus productos, las personas terminan sumergidas en la vorágine de las compras y los gastos innecesarios. El **consumismo obsesivo es el reflejo subjetivo del paradigma tecno económico** (...) Tal paradigma **hace creer a todos que son libres mientras tengan una supuesta libertad para consumir**, cuando quienes en realidad poseen la libertad son los que integran la minoría que detenta el poder económico y financiero” (LS 203).

Debemos superar el paradigma tecno económico y la ideología cientista y tecnocrática

Este paradigma se basa en una concepción reduccionista de la ciencia, de la técnica y de la economía, que **interpreta el mundo natural en clave mecanicista i el desarrollo en clave consumista**.

2.6 La alternativa real al consumismo es un nuevo estilo de vida

Renovemos la consciencia de la vinculación con toda la humanidad y con la creación entera

Juan Pablo II afirma: “No es malo el deseo de vivir mejor, pero es equivocado el estilo de vida que se presume como mejor, cuando está orientado a tener y no a ser, y que quiere tener más no para ser más, sino para consumir la existencia en un goce que se propone como fin en sí mismo. Por esto, es necesario esforzarse por implantar estilos de vida, a tenor de los cuales **la búsqueda de la verdad, de la belleza y del bien, así como la comunión con los demás hombres para un crecimiento común** sean los elementos que determinen las opciones del consumo, de los ahorros y de las inversiones” (CA 36).

Estos estilos de vida deben “estar presididos por la **sobriedad**, la **templanza**, la **autodisciplina**, tanto a nivel personal como social” y por una “renovada **conciencia de la interdependencia** que une entre sí a todos los habitantes de la tierra” (CDS 486).

Cambiar siempre es posible

El ser humano tiene **capacidad de cambio y de conversión**, pero tal como afirma Juan Pablo II “está **condicionado por la estructura social** en que vive, **por la educación recibida y por el ambiente**”. El ambiente humano, por su parte, puede contener “**estructuras concretas de pecado**, impidiendo la plena realización de quienes son oprimidos de diversas maneras por las mismas. Demoler tales estructuras y sustituirlas con formas más auténticas de convivencia es un cometido que exige valentía y paciencia” (CA 38).

Laudato si' nos advierte que afrontamos una tarea de grandes proporciones: “Muchas cosas tienen que reorientar su rumbo, pero ante todo **la humanidad necesita cambiar. Hace falta la conciencia de un origen común, de una pertenencia mutua y de un futuro compartido por todos**. Esta conciencia básica permitiría el desarrollo de nuevas convicciones, actitudes y formas de vida” (LS 202). Y más adelante recordará que es posible realizarla: “No todo está perdido, porque los seres humanos, capaces de degradarse hasta el extremo, también pueden sobreponerse, **volver a optar por el bien y regenerarse**” (LS 205).

Nuestro cambio puede transformar el mundo

Si este nuevo estilo de vida se expande puede a cambiar la sociedad. Francisco nos anima: “Cuando somos capaces de superar el individualismo, realmente se puede desarrollar un estilo de vida alternativo y se vuelve posible un cambio importante en la sociedad” (LS 208). Su **llamada a la esperanza** es constante: “No hay que pensar que esos esfuerzos no van a cambiar el mundo. Esas acciones **derraman un bien en la sociedad** que siempre produce frutos (...) nos permite experimentar que **vale la pena pasar por este mundo**” (LS 212).

Es nuestro deber

Cuando hablamos de estilos de vida nos referimos a opciones personales que pueden ser diversas, pero hay aspectos nucleares que no son opcionales para un cristiano. Hacia el final de *Laudato si'*, Francisco afirma que “**Vivir la vocación de ser protectores de la obra de Dios es parte esencial de una existencia virtuosa**, no consiste en algo opcional ni en un aspecto secundario de la experiencia cristiana” (LS 217).

3. Formar para un consumo responsable

3.1 El consumo responsable

Romper la dinámica consumista

Para impulsar esta visión del consumo hace falta formar para **nuevos estilos de vida que permitan una transformación de nuestra relación con el consumo y salir de la dinámica consumista**. Un primer paso puede ser adoptar una práctica responsable del consumo. **Entendemos como consumo responsable aquel que se lleva a cabo de forma consciente y guiado por criterios éticos**, en relación a uno, a los demás y al medio ambiente.

Producción y consumo responsables, objetivo del PNUD

Esta necesidad es cada vez más reconocida. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha fijado los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (2030). Entre estos 17 objetivos, el 12 es la **Producción y el consumo responsable**.

Moderar determinados consumos

En las actuales circunstancias, al menos en los **países desarrollados**, un consumo responsable, por criterios éticos y de protección del medio ambiente, exige **moderarlo cuantitativamente y cualitativamente**. Es preciso un ahorro, y por tanto una reducción, en el consumo o un mejor aprovechamiento, de **recursos esenciales** como son los alimentos, el agua y la energía.

Reducir consumos no es, necesariamente, decrecer

Esta moderación o reducción de consumos **no ha de suponer necesariamente un decrecimiento de la economía**, ni una caída de la ocupación. Existen formas de consumo menos depredadoras de recursos escasos o sin incidencia negativa en el medio ambiente. Revalorizando la **reparación** y la **reutilización**, revalorizando el **trabajo artesanal y artístico**, incrementando el **consumo cultural** o de **bienes inmateriales**, estamos dando un impulso a un determinado tipo de economía y la creación de **nuevos puestos de trabajo**.

Una fiscalidad adecuada puede favorecer el cambio. Hay que valorar detenidamente nuevas propuestas, como la de la **renta ciudadana**.

3.2 Necesidades y motivaciones del consumo

Cómo satisfacemos las necesidades

Entendemos que **la genuina misión del consumo es satisfacer las necesidades humanas**. Consumir es indispensable para vivir. Pero **el concepto de necesidad se ha ido ensanchando**. Sobre aquello que es estrictamente necesario para nuestra subsistencia (alimento, agua, abrigo) se han ido añadiendo progresivamente “nuevas” necesidades, algunas realmente sentidas, muchas otras claramente artificiales hasta desdibujar el sentido de “necesidad”.

El consumismo, el **consumo excesivo o superfluo, es una respuesta reduccionista y a menudo equivocada a nuestras necesidades**. Gran parte del malestar psicológico vivido en el mundo desarrollado es fruto de una **mala evaluación que la persona realiza de sus necesidades** y de la progresiva **identificación entre el deseo y la necesidad**.

Las motivaciones en el consumo y los mecanismos de alienación

La motivación básica de satisfacer una necesidad a menudo no acaba siendo la más determinante en el proceso de compra. El modelo consumista, con el potente instrumento de la publicidad, nos bombardea con persuasiones y estímulos al consumo que apenas tienen relación con las necesidades reales o que suscitan nuestros deseos, a través de distintos mecanismos:

- **La emulación**. La envidia puede ser el motivo que nos lleve a comprar algo para emular aquello que envidiamos.
- **La diferenciación**. La soberbia nos hace que estemos siempre por encima de los demás. Hacerlo por lo que nosotros tenemos podemos lucir –una casa, un coche, artículos de lujo...-, también es un estímulo para consumir aquello que nos puede señalar como diferentes –superiores-.
- **El autoengaño**. La publicidad a menudo asocia atributos a determinados productos que poco tienen que ver con la necesidad que cubren realmente. Un ejemplo muy utilizado es el de la atracción sexual. Tanto puede ser que te vendan un coche, un perfume, un reloj... el deseo al que se dirigen no es el de correr o saber la hora que es, sino el de convertirse en una persona sexualmente atractiva.
- **La compensación**. A través de mecanismos de atribución de valores a los productos y marcas o al mismo hecho de comprar, el consumo puede convertirse en una práctica que compense otras carencias en nuestra vida: soledad, desánimo... (“me regalo algo para superar el disgusto”). Un mecanismo que puede crear dependencia.
- **La diversión o el entretenimiento**. El consumismo ha conseguido que el hecho de comprar sea una actividad de ocio. No se trata de comprar productos para el ocio sino de dedicar el tiempo libre a “ir de compras”. En este contexto, la compra superflua o por impulso tiene un campo abonado.

El éxito y la felicidad no vendrán del consumo

La cumbre de estos mecanismos de persuasión es que seamos capaces de **vincular nuestra sensación o sentimiento de éxito personal o la percepción de felicidad a la posesión de determinados bienes**. Es la ya denunciada primacía del “tener” por encima del “ser”, que aleja la persona de su condición natural y de su realización.

3.3 Toma consciencia sobre el propio consumo

Capacidad para decidir

Hoy, tener plena condición de ciudadano implica tener **capacidad de decidir qué se consume** y, consecuentemente, de lo que se produce. Esta capacidad depende de **disponer del poder adquisitivo** pero también del **conocimiento sobre qué consumimos y cómo lo hacemos**. Las **facilidades de pago** también pueden ser formas de estimular el consumo que conviene conocer y valorar en profundidad. Ayudan a acelerar la decisión y a evitar el necesario proceso consciente y reflexivo.

Tomar las decisiones de consumo reflexivamente

Decidir sobre el propio consumo tiene que ser un **proceso reflexivo**, con dos momentos:

Si necesito algo o quiero comprar...

- **¿Qué necesito realmente**, a qué responde esta necesidad o este deseo?
- **¿Cómo puedo satisfacer de la mejor manera esta necesidad?**
- ¿Qué **disponibilidad económica** tengo?
- ¿Qué **opciones** tengo finalmente ante mí, asequibles y que respondan real y eficazmente a mi necesidad?

Si la satisfacción de una necesidad pasa por comprar...

- Analizo las **opciones de producto, de marca, de lugar de venta...** con criterios éticos, sociales y medioambientales.
- Decido **qué y dónde comprar**.

Es necesario **planificar** con un cierto tiempo y **evitar la compra compulsiva** o el lugar de venta, ya que no tendremos ni el tiempo ni la perspectiva para decidir responsablemente.

Los regalos en la dinámica del consumismo

En muchos acontecimientos sociales y celebraciones se ha impuesto la **costumbre del intercambio de regalos**. Obsequiar, regalar, ofrecer, donar... es una **práctica positiva cuando responde a un signo de amor, de generosidad, de gratitud**. Pero a menudo se convierte en una mera convención social o el intercambio busca proporcionalidad y parece una mera transacción comercial. En los países ricos, en determinadas

celebraciones los regalos eclipsan cualquier otro valor y constituyen, más que otro elemento, un estímulo al consumo.

Se puede **practicar la virtud de dar más allá de una dinámica consumista**. Hay muchas cosas que se pueden regalar sin una traducción monetaria o sin necesidad de comprar nada.

3.4 Alternativas al hecho de comprar

Consumo colaborativo

Para muchas necesidades que resolvemos comprando es posible encontrar alternativas. La reparación de productos que ya no funcionan, el préstamo para usos esporádicos, el alquiler, el intercambio y nuevas formas de economía cooperativa son opciones a considerar antes de decidir comprar.

Son prácticas tradicionales en determinados entornos que se están revalorizando en los países ricos con iniciativas diversas:

- **Compartir el uso de un producto o alquiler de productos o servicios compartido entre varias personas** (viajes en coches compartidos, compartir archivos entre usuarios de internet, plazas de aparcamiento compartidas...).
- **Mercados de redistribución**: bienes o servicios que ya no usan hacia personas que sí los necesitan (mercados de segunda mano).
- **Estilos de vida comunitarios y cooperativos**: intercambio de saberes, de tiempo, de vivienda... (bancos del tiempo, intercambio vacacional de viviendas...).

De la propiedad al acceso

De hecho, cada vez más, **el acceso a determinados bienes no requiere necesariamente su compra y posesión**. En la economía digital, por ejemplo, el **pago por el acceso** y no por la propiedad se ha convertido en la forma más habitual (disponibilidad de software, contenidos audiovisuales...). Además de la **reducción del consumo**, estas alternativas, pueden suponer una mayor **eficiencia económica** o un **ahorro** directo.

3.5 Qué consumir y dónde comprar

Informarnos para decidir

Si finalmente necesitamos comprar, el consumo responsable exige tener en cuenta un conjunto de criterios en el momento de **decidir qué comprar, de qué proveedor comprar y a cuál distribuidor comprar**. No siempre poseeremos toda la información necesaria a nuestro alcance sobre los productos, las empresas y las formas de producción. **Una labor política a ejercer es reclamar una mayor transparencia respecto a toda esta información**.

Criterios éticos y sociales

Comercio justo: productos e intermediarios que garanticen la equidad en las transacciones económicas y un precio justo para los productores sin ningún tipo de abusos.

Condiciones de trabajo de los productores: productos que garanticen el trato digno a los trabajadores, la ausencia de trabajo infantil...

Ética empresarial: empresas productoras, distribuidoras o comercializadoras de bienes de consumo que puedan buenas prácticas sociales tales como:

- **Transparencia.**
- **Responsabilidad laboral.**
- **Responsabilidad social,** más allá de sus obligaciones legales.
- **Responsabilidad medioambiental:** cuidado del impacto ambiental de su actividad, tratamiento de los residuos, eficiencia energética...
- **Respeto a la diversidad cultural:** uso de las lenguas, tradiciones locales...
- **Participación social.**

Retorno social de la empresa productora o comercializadora: priorizar los modelos empresariales que además de lo que producen aportan más valor a la sociedad:

- **Empresas de inserción** (para trabajadores con especiales dificultades de ocupación) y **centros especiales de trabajo** (para personas con diversidad funcional que no pueden ocupar determinados puestos de trabajo estándar).
- **Empresas no lucrativas que formen parte de la economía social:** asociaciones, fundaciones, mutualidades, cooperativas de iniciativa social (que reviertan los excedentes en las propias finalidades y en fines sociales).
- **Empresas vinculadas a redes de economía solidaria, finanzas éticas, economía circular, democracia económica, economía del bien común, economía de la comunión** u otras iniciativas en sintonía con los principios de la Doctrina social de la Iglesia.

Criterios medioambientales

Eficiencia: productos que cubren las necesidades para las que han sido elaboradas con los menores costes posibles (de compra, de mantenimiento, de consumibles...) que tengan durabilidad, que sean reparables y de fácil mantenimiento.

Reutilización: productos de segunda mano, productos reparados o reformados.

Composición y materiales: productos elaborados con materiales y con un procedimiento cuyo uso no genere un impacto ambiental negativo (por cuestiones de extracción, de sobreexplotación de recursos u otros).

Seguimiento de normas medioambientales y requisitos ecológicos en la fabricación de los productos.

Proximidad: productos que minimicen los costes energéticos para su transporte o conservación.

Generación de residuos: productos que minimicen los residuos propios, en el uso i en el embalaje.

Comprar cooperativamente

El poder del consumidor es elevado cuando actúa con libertad, pero este poder se multiplica cuando las decisiones son de muchos consumidores. Con la voluntad de conseguir mejores condiciones nacieron las **cooperativas de consumidores** y se han desarrollado diversas formas de compra agrupada. También se ha desarrollado un **movimiento “consumorista”** a través de organizaciones que velan por las buenas prácticas comerciales y para mejorar las regulaciones sobre el comercio y la protección de los consumidores.

3.6 ¿Es posible y bueno un estilo de vida de “bajo consumo”?

Consumo y estilo de vida

El Papa Francisco afirma que **“Mientras más vacíos está el corazón de la persona, más necesita objetos que comprar, poseer y consumir”** (LS 204). Por tanto, el punto **clave de una transformación real es la conversión y el cambio en el estilo de vida.** Una educación cristiana debe aspirar a promover este cambio y a facilitar los conocimientos y los hábitos y formar en las virtudes que lo puedan hacer posible.

Solo desde una fuerte autonomía personal podemos ordenar nuestro consumo, asumir compromisos éticos y ecológicos y trasladarlos a gestos cotidianos como los citados en *Laudato sí'*:

- “Abrigarse un poco en vez de encender la calefacción.
- Evitar el uso de material plástico y de papel.
- Reducir el consumo de agua.
- Separar los residuos.
- Cocinar solo aquello que razonablemente se podrá comer.
- Tratar con cuidado a los otros seres vivos.
- Utilizar el transporte público o bien compartir un mismo vehículo entre varias personas.
- Plantar árboles.
- Apagar las luces innecesarias” (211).

Un nuevo modelo de calidad de vida: menos es más

Francisco lo formular muy claramente: “La espiritualidad cristiana propone una **manera alternativa** de entender la **calidad de vida**, y anima a **un estilo de vida profético y contemplativo, capaz de disfrutar profundamente s sin obsesionarse por el consumo.** Es importante incorporar una vieja enseñanza, presente en varias tradiciones religiosas, y también en la Biblia. Se trata de **la convicción de que «menos es más»**”.

Se nos “propone un **crecimiento con sobriedad** y una **capacidad de gozar con poco**. Es un **retorno a la simplicidad** que nos **permite detenernos para valorar las cosas pequeñas, agradecer las posibilidades que nos ofrece la vida sin engancharnos a lo que tenemos ni entristecemos por lo que no poseemos**” (LS 222).

3.7 Menos es más

Simplicidad, sencillez y ralentización del tiempo

Este estilo de vida del “**menos es más**” está relacionado con la posibilidad de **vivir más a fondo nuestra vida. Menos cantidad, pero más calidad. Menos velocidad, pero más profundidad**. También está en la base de los **movimientos minimalistas** o de ciertas **prácticas originarias del oriente**.

La **simplicidad** o la **sencillez** han sido motivo de reflexiones y aportaciones de la filosofía, de la ética y de la estética, en diferentes momentos de la historia. Esta intuición hoy se está revalorizando. En esta línea se sitúa el **movimiento slow**, que pretende la **desaceleración** de nuestra vida.

La **preocupación por la vida cotidiana** y, por tanto, por los estilos de vida, está presente en la filosofía contemporánea. Así pues, en la búsqueda de aquello que es esencial, Josep Maria Esquirol está desarrollando una **filosofía de la proximidad** que pretende subrayar que lo que es **verdaderamente esencial es lo cercano**: la casa, el cuidado de uno mismo y de los demás, liberarse de una actualidad impuesta...

La atención plena

Hoy se valora la capacidad de **atención plena**, y las prácticas asociadas, como forma de bienestar y mejoría personal o, incluso, de terapia ante el estrés y otros males asociados a nuestro estilo de vida. *Laudato si'* también se refiere a este aspecto: “Muchas personas experimenten un **profundo desequilibrio que las mueve a hacer las cosas a toda velocidad para poder sentirse ocupadas**, en una prisa constante” (LS 225).

La atención es una actitud esencial y *Laudato si'* nos propone el ejemplo de Jesús: “**Jesús nos enseñaba esta esta actitud** (Mc 10,21). El sí que estaba **plenamente presente ante cada ser humano y ante cada criatura**, y de este modo nos mostró un camino para superar la ansiedad enfermiza que nos convierte en superficiales, agresivos y consumistas desenfrenados” (LS 226).

La gestión del tiempo y la sobriedad

Laudato si' aporta una clave: “**La sobriedad, que se vive con libertad y consciencia, es liberadora**. (...) En realidad los que disfrutan más y viven mejor cada momento son los que dejan de picotear aquí y allá, buscando siempre lo que no tienen, y experimentan lo que es valorar cada persona y cada cosa, aprenden a tomar contacto y saben gozar

con las cosas más sencillas. De este modo son capaces de **disminuir las necesidades insatisfechas y reducen el cansancio y la obsesión**".

"Se puede necesitar poco y vivir mucho, sobre todo cuando se es capaz de desarrollar otros placeres y se encuentra satisfacción en...

- los encuentros fraternos,
- el servicio y el despliegue de los carismas,
- la música y el arte,
- el contacto con la naturaleza,
- la plegaria" (LS 223).

Desmercantilizar la vida cotidiana

Estos nuevos hábitos no solo **reducen nuestro consumo** sino que pueden **reducir nuestras necesidades económicas** abriéndonos a nuevas vías de cambio y transformación personal, pero con fuerte incidencia social. **Si las necesidades económicas se reducen podemos pensar en trabajar menos tiempo de manera remunerada.** Esto comporta menos ingresos, pero puede quedar compensado por el ahorro que nos supondrá el nuevo estilo de vida.

En definitiva, se trata de abrir **una rendija en el círculo de producir (trabajo remunerado) cada vez más, para poder pagar un consumo también progresivamente creciente.** Se trata de que nuestra vida también tenga un **espacio para la actividad no mercantilizada, para la gratuidad y para la donación. Tiempo para uno mismo y tiempo gratuitamente ofrecido a los demás.**

Valoración del descanso y la dimensión celebrativa

En esta dimensión encontramos también en *Laudato si'* **la valoración del descanso y la dimensión celebrativa i de fiesta** que la espiritualidad cristiana incorpora: "El ser humano tiende a reducir el descanso contemplativo al ámbito de las cosas infecundas o innecesarias, olvidando así que se sustrae a la obra que se realiza la parte más importante: su sentido" (LS 237).

2a. parte: Orientaciones pedagógicas

4. El reto educativo del cambio

4.1 Estimular nuevos estilos de vida es un reto educativo global

Exige un proceso educativo integral

Educar para un nuevo estilo de vida, que ha de nacer de una profunda conversión ecológica, se debe **entender como un proceso relacionado con la formación integral de**

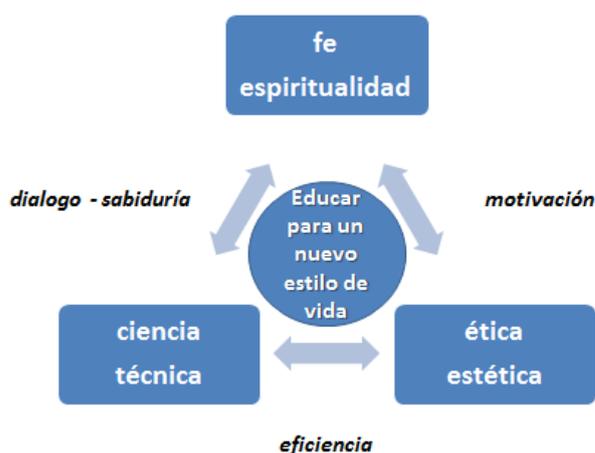
la persona. Un proceso educativo que concierne a todas las dimensiones, capacidades, competencias y ámbitos de relación de la persona.

Los **conocimientos científicos y técnicos**, así como la **reflexión ética**, son necesarios, pero del todo insuficientes. Hay que educar la **consciencia**, es preciso formar en **virtudes** que den solidez y continuidad suficiente a un proceso de **cambio de hábitos**. Hay que tener **fortaleza emocional** o una personalidad madura para ser suficientemente **autónomos en la vida y capaces de decidir** por sí mismo.

Un modelo de educación ecológica integral en Laudato si'

Inspirados en la encíclica *Laudato si'* podríamos dibujar una perspectiva trinitaria **de una educación ecológica concebida como educación de la persona auténticamente integral**.

En uno de los vértices situamos la dimensión de la **fe y la espiritualidad** que **generan el deseo y la motivación para acometer este cambio interior** que es la conversión. Este



deseo, espiritualmente cultivado e iluminado por los contenidos de la fe, se conecta y retroalimenta con un segundo vértice en el que se situamos la dimensión **ética y estética**. Esta dimensión **nos proporciona valores, actitudes y criterios** para afrontar la realidad de la vida y la constante toma de decisiones que comportar vivir en el mundo.

En un tercer vértice ubicamos la dimensión de **la ciencia y la técnica**,

entendida como la dimensión de **la inteligencia y el conocimiento humano de la realidad natural y social**. Desde este conocimiento, en diálogo con la dimensión ética y estética, damos contenido a nuestras actitudes para convertirlas en actos, adquirimos **un conocimiento práctico que nos permite encarar mejor nuestras opciones cotidianas**.

Laudato si' ha enfatizado la necesidad del **diálogo entre las ciencias y la fe** o las tradiciones religiosas. Este diálogo es el que nos **abre a la auténtica sabiduría** que es la que tendría que inspirar todo nuestro ser y darnos un criterio para regir nuestro sentir, nuestro pensar y nuestro actuar.

4.2 Implicar todos los agentes educativos

El testimonio comienza en la familia

Los aprendizajes necesarios que hay que llevar a cabo para cambiar un estilo de vida, solo se pueden suscitar a partir del testimonio y siendo vividos y experimentados

directamente. Por eso **la familia es el medio en el que se transmiten los valores básicos y una manera de vivir.**

Laudato si' se ha referido a ello explícitamente: “**en la familia se cultivan los primeros hábitos de amor y cuidado de la vida**, tales como el uso correcto de las cosas, el orden y la limpieza, el respeto al ecosistema local y la protección de todos los seres creados. **La familia es el lugar de la formación integral**, donde se despliegan distintos aspectos, íntimamente relacionados entre ellos, de la maduración personal” (...) También se aprende a pedir permiso, a decir «gracias», a dominar la agresividad o la voracidad, y a pedir perdón. “**Estos pequeños gestos de sincera cortesía ayudan a construir una cultura de la vida compartida y del respeto a lo que nos rodea**” (LS 213).

Compartir criterios entre la escuela y la familia

La escuela también juega su papel, pero no puede entrar a fondo en una transformación de los hábitos personal si no lo hace con un mínimo acuerdo de la familia que es quien los forja y los condiciona. En estos aspectos es indispensable **compartir un mismo proyecto educativo.**

La educación no formal

Los ámbitos intermedios, las **comunidades parroquiales**, las **catequesis**, los **movimientos cristianos**, las iniciativas de **educación en el tiempo libre para niños y jóvenes y otras realidades socioeducativas o pastorales**, pueden animar a las familias en este camino de conversión y ayudar a niños y jóvenes a consolidar sus opciones.

Se educa desde el testimonio

El testimonio de los educadores es siempre indispensable, sea cual sea el marco educativo. Sin una primera conciencia ecológica de los maestros, profesores, catequistas, pastores... la realización de actividades puntuales o la inclusión de determinados aspectos en el currículum escolar no tendrán ninguna incidencia.

Este testimonio compromete de forma muy directa pues se refiere a la forma como vivimos.

4.3 Claves educativas ante el consumo

Educar para tener criterio

Una de las misiones clave de la educación hoy, en el contexto de una sociedad de la información y en constante cambio, es la de educar en el criterio. Es importante **posibilitar la formación de un criterio propio**. Actuar con criterio es **no precipitarse**; es **utilizar y aplicar todo el conocimiento que vamos adquiriendo**; pero también es **actuar con prudencia**, conscientes de que nuestro conocimiento siempre es parcial, limitado, contingente, sometido a una constante evolución.

Huyendo de las modas y de los integrismos de todo tipo

La necesidad de criterio es fundamental ante el alud informativo que recibimos y que, a menudo, puede ser contradictorio. Pensando en nuestro consumo, **el criterio nos ha de permitir no ser esclavos ni de la moda ni de las marcas**. Tampoco de las nuevas ofertas que, a pesar de que luzcan etiquetas como “bio”, “eco” o “verde”, siguen la misma dinámica consumista. **Correr detrás de la última novedad**, ni que sea por criterios supuestamente medioambientales, **no es una actuación suficientemente consciente ni responsable**. Hay que actuar con criterio e **huir de integrismos** de todo tipo.

El consumo consciente y responsable debe ser un estilo de vida positivo y gozoso

Aunque hablando del consumo tengamos que referirnos a límites o a la necesidad de reducir o prescindir de determinadas cosas, el **enfoque que deben ofrecer los educadores y su discurso no pueden ser negativos**, centrados en lo que “no podemos comprar”, o en aquello de lo que ya “no podemos disfrutar”. La educación hacia estas formas de vivir y consumir debe **ofrecer escenarios de gozo y alegría**.

Es fundamental **ayudar a descubrir el disfrute y la satisfacción que encontramos en las formas alternativas de consumir y de vivir**. Un estilo de vida de “bajo consumo” no solo es posible y bueno éticamente sino que es, y debe ser, un **verdadero camino de felicidad** para todos. La perspectiva de **superar el vacío interior** es fundamental en la reorientación de un estilo de vida. **El reto para los educadores es ser testigos de esta alegría**.

4.4 Una espiritualidad que nos impulse

Alimentar la pasión por el cuidado del mundo

Hace falta también **una espiritualidad que llene las necesidades del corazón** y ayude a reconciliarnos con nosotros mismos, con los demás, con el creador y con las cosas creadas o construidas por los hombres. Francisco afirma: “lo que el Evangelio nos enseña tiene consecuencias en nuestra forma de pensar, sentir y vivir. No se trata tanto de hablar de ideas sino sobre todo de las **motivaciones que surgen de la espiritualidad para alimentar una pasión por el cuidado del mundo**” (LS 216).

Una espiritualidad abierta al Evangelio, abierta a Dios

Los católicos sabemos que para dar fundamento a nuestra vida también nos hace falta la relación con el Dios que por amor nos ha creado y ha creado todas las cosas. Hay que **sentirse amados y responder a este amor con gratitud hacia el Señor y hacia los demás**. Nosotros conocemos a este Dios a través del Jesús del Evangelio. Todo proceso educativo integral no puede olvidar esta dimensión y debe estar **abierto a la evangelización**.

Dejarnos cautivar por la belleza del Evangelio

Al final de *Evangelii gaudium* Francisco se dirige a los evangelizadores, animándonos a seguir comunicando el Evangelio y seguir siendo testimonios: **“La mejor motivación para decidirse a comunicar el Evangelio es contemplarlo con amor, es detenerse en sus páginas y leerlo con el corazón. (...) es urgente recobrar un espíritu contemplativo, que nos permita redescubrir cada día que somos depositarios de un bien que humaniza, que ayuda a llevar una vida nueva. No hay nada mejor para transmitir a los demás”** (EG 264).

5. Educar para el consumo en la escuela

5.1 El alcance de una educación para el consumo

La incorporación en los currículums escolares

La educación para un consumo consciente y responsable requiere bastante información y **conocimientos de carácter interdisciplinar sobre conceptos y realidades que a menudo tienen un cierto carácter de novedad**. Frecuentemente son aspectos no recogidos en los currículums escolares o no lo están con la amplitud necesaria. Hay que desarrollar una tarea de actualización para incorporar estos nuevos contenidos.

Todas las dimensiones educativas están implicadas

Las cuestiones a las que hacen referencia estos contenidos pertenecen o están conectadas con la mayor parte de las disciplinas o áreas de conocimiento ya existentes y a todas las dimensiones de la acción educativa.

5.2 Abordaje interdisciplinar y relación con el entorno

Centros de interés, proyectos y el mundo real como eje del currículum escolar

En el proceso de acercar la escuela a la vida y los currículums escolares a la realidad del alumnado, el actual **enfoque competencial de la enseñanza rompe con el compartimento de las disciplinas y enfatiza la importancia de la acción del alumno**. Por eso las actividades de aprendizaje cada vez más se **estructuran por proyectos interdisciplinares e incorporan el trabajo cooperativo del alumnado**.

Este es el marco idóneo para abordar los temas que nos ocupen. Por otro lado, **el consumo y las cuestiones medioambientales también son una fuente de propuestas** para diseñar un currículum basado en proyectos interdisciplinares.

La naturaleza como medio educativo y la escuela al aire libre

La naturaleza – el medio naturaleza- es vista por los renovadores escolares como un marco idóneo para la educación por varias razones: la salud, el interés que genera en los niños... Pero también como objeto de estudio y medio de aprendizaje. Las

expresiones “aprender a leer el libro abierto de la naturaleza” o “aprender de la sabiduría de la naturaleza” son ilustrativas de este pensamiento.

Algunas escuelas así como muchos movimientos infantiles y juveniles, nacidos a caballo entre los siglos XIX y XX, como el excursionismo, el esultismo, las colonias escolares, tuvieron como motivación importante el **acercar –o no desconectar- de la naturaleza a los niños y jóvenes**, esta necesidad sigue siendo vigente.

5.3 Propuestas metodológicas adecuadas

El Aprendizaje Servicio y el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

En el marco de las actuales tendencias didácticas, globalizadoras e interdisciplinarias que sitúan al alumno como protagonista del proceso, encontramos metodologías muy adecuadas para trabajar estas cuestiones. En este sentido destacan el **Aprendizaje Servicio** (une en una misma actividad un aprendizaje sistemático de algún tema curricular y una acción de servicio real a una comunidad) o el **Aprendizaje Basado en Problemas** (plantear a un grupo de alumnos un problema real, un interrogante, una situación problematizada o un reto que ha de motivar un proceso colectivo y cooperativo de investigación para resolverlo).

La actualidad, la lectura de los medios y la alfabetización mediática

La lectura de **la prensa diaria** como uno de los ejes de la actividad escolar también puede ser una buena ocasión para trabajar las cuestiones tratadas. Las noticias se convierten en el centro de interés sobre el que se profundiza investigando y entrando a fondo. Con el crecimiento exponencial tanto en volumen como en diversidad de los medios de comunicación y de la capacidad de acceso a los mismos, **los recursos para ser trabajados en clase se multiplican y son realmente inabarcables**, por eso hace falta una **mirada crítica** y la confrontación con conocimientos fiables y con criterios bien fundamentados.

Hoy se constata la **necesidad de una alfabetización mediática** para promover la lectura y la recepción crítica de los mensajes, tanto de los **medios de comunicación de masas tradicionales** como de los **nuevos medios tecnológicos**.

La cooperativa escolar

Una práctica escolar de gran interés educativo es la **constitución de una cooperativa con los alumnos**. Es una forma de **aprendizaje práctico y directo** para una buena parte de los contenidos que nos ocupan.

5.4 Programas y recursos de educación para el consumo

Organizaciones Gubernamentales

Organismos internacionales del sistema de Naciones Unidas como el **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo**, el **Programa Agenda 21**, la **FAO** o la **UNESCO**,

generan información de interés y a menudo también propuestas educativas o de sensibilización sobre temáticas directamente relacionadas con el consumo. Muchos organismos internacionales de carácter regional así como los estados y los gobiernos regionales y locales también trabajan en esta línea.

Organizaciones no Gubernamentales

En el ámbito de las Organizaciones no Gubernamentales, las cuestiones ecológicas y específicamente del consumo están cada vez más presentes e incluso han dado lugar a la creación de nuevas ONG. *Laudato sí'* ha supuesto también un nuevo impulso para el sector Católico y ha sido el motor de alguna nueva iniciativa como el **Movimiento Católico Mundial por el Clima (MCMC)**.

Conocer las iniciativas en el territorio

Conocer todas las Organizaciones relacionadas con el consumo que inciden en cada territorio (Gubernamentales, no Gubernamentales, cooperativas, recursos alternativos al consumo, comercio ordinario y alternativo, ferias, redes informales...) también poder ser **una buena y enriquecedora práctica educativa** que ponga en juego diversos aprendizajes instrumentales.

5.5 La escuela como comunidad y organización sostenible

Incidencia en la familia

Con sus normas, horarios y calendarios, la **escuela incide sobre los hábitos familiares**. Sería conveniente revisarlos con criterios medioambientales y de consumo responsable hasta donde sea posible.

Testimonio explícito en la gestión del consumo de la escuela Católica

La **escuela también consume** (energía, alimentos, productos de higiene, material escolar...) **y gestiona residuos**. Debería ser **transparente** sobre cómo lo hace y un motivo de ejemplo y **testimonio para toda la comunidad educativa**.

Identificar buenas prácticas y difundirlas

Las escuelas pueden encontrar y adaptar guías y procedimientos ya existentes o también pueden elaborar propios materiales. **Una buena aportación de la escuela Católica en cada ámbito territorial puede ser el ofrecer como servicio a la comunidad o a otras escuelas estas propuestas adaptadas a cada realidad y avaladas por su práctica**.

La escuela Católica presente en el entorno y creando red

Es importante que la acción de la escuela Católica no quede asilada ni constreñida a su comunidad educativa. Hay que procurar que la **escuela Católica se convierta en un testimonio ante la comunidad y motor de cambio y mejora social**.

6. Hábitos para un nuevo estilo de vida (una propuesta para el primer mundo)

6.1 El poder de los hábitos

Educar los hábitos y las conductas

Lo que se puede proponer, reflexionar, experimentar, ejercitar y evaluar son los hábitos y las conductas concretas. Por tanto, en una perspectiva de nuevo estilo de vida, más que los discursos teóricos nos interesa ver qué **comportamientos pueden producir un cambio real en nuestra vida**, en la dirección deseada.

6.2 El desarrollo de los hábitos y el entorno

La importancia del medio en la educación de los hábitos

Los contextos en los que nos desenvolvemos pueden ser más o menos favorables a estos nuevos hábitos. Por tanto, la **orientación educativa a ofrecer se tendrá que ajustar a cada caso** y no serviría de gran cosa un programa demasiado genérico y descontextualizado. Por este motivo, cabe precisar que la propuesta de hábitos que aquí se presenta está pensada para el primer mundo y específicamente para el mundo occidental.

Mejorar el contexto social y político

También **el contexto social y político condiciona.** Que se hayan implementado políticas de recogida selectiva en la población, por ejemplo, ayudará a reciclar. La política de transporte, las políticas de conciliación, las políticas medioambientales son ejemplos de cómo nos afecta el contexto en el que vivimos. Por esto, la **acción política para conseguir estos contextos mejores forma parte del compromiso para un nuevo estilo de vida.**

6.3 La propuesta de hábitos

Para orientar a los educadores el documento finaliza con pistas sobre las dimensiones sobre las que hay que trabajar hábitos que ayuden a adoptar progresivamente el estilo de vida que vamos sugiriendo.

Autogestionar nuestro tiempo: tener tiempo, detenerlo y compartirlo

El tiempo es una dimensión fundamental que está interrelacionada con todas las demás y, en buena parte, las condiciona. Hoy se hace difícil pensar que **podemos dominar el tiempo, que podemos detener el reloj**, que el tiempo no es nuestro dueño, sino que **nosotros somos dueños del tiempo**, pero tenemos que revertir esta vivencia.

Reconciliarnos con la naturaleza: una vida más natural y haciéndonos corresponsables del mundo

Vivamos donde vivamos podemos **optar por una vida más “natural”** y per ser más respetuosos y conservadores de la naturaleza, evitando la sobreexplotación de los recursos, reduciendo residuos y contaminantes.

Sobriedad y sencillez: vivir que menos es más, la belleza está en la pequeñez el que no suma resta...; liberarnos del deseo de tener y disfrutar del gozo de dar

Lo que se está proponiendo no es una vida triste en absoluto, repleta de prohibiciones o restricciones. La propuesta es **vivir mejor**, con **más alegría**, con **más armonía**, incluso con **más salud**.

Hacer conscientemente: sentirnos capaces y creadores y vivir un tiempo libre liberador

Necesitamos **sentirnos capaces de realizar, por nosotros mismos**, muchas de las cosas que requiere la vida de cada día y **sentirnos creadores** en vez de piezas de un engranaje.

Si nuestra vida se ordena y se equilibra, el tiempo libre no será tanto un momento de ruptura sino de integración. Practicando los hábitos propuestos, **nuestro tiempo libre se llenará de naturaleza; cuidado del entorno personal; cuidado de uno mismo y de los demás; tiempo compartido; actividad creativa; actividad de autosuficiencia; aprendizaje; vida interior y espiritualidad**.

Vivir interiormente: hacer silencio, espiritualidad y apertura a la trascendencia

El silencio es un hábito clave para nuestra transformación. Sin momentos de silencio, no podemos desarrollar todo aquello a lo que nos tenemos que abrir: la atención, la consciencia, la lectura profunda, la práctica espiritual...