

## TEMA 4

### Esfera social, la sociedad



#### Objetivo general:

- Reconocer nuestra responsabilidad con la sociedad al preferir formas de consumo que beneficien a todos sus miembros.

#### Objetivos particulares:

- Identificar el papel social del hombre.
- Identificar las consecuencias sociales de nuestras decisiones de consumo.
- Conocer alternativas de consumo como el comercio justo y el consumo solidario.

#### Introducción:

El hombre es un ente que busca la compañía y la aprobación de sus iguales para ser; es un ser social. Pertenecer a un grupo es una necesidad ineludible para el ser humano, ya que pertenecer a diferentes grupos en el mismo momento sólo refuerza este impulso gregario, incluso a pesar de pertenecer a un mismo tiempo al grupo escolar, familiar, fraterno y laboral, la necesidad de pertenencia no desaparece.

El consumo es una de las principales formas con las que se logra la aceptación en la sociedad, es a través del acto mismo de consumir que se expresa la pertenencia a un grupo al que se desea ingresar o en el que se desea permanecer. Para pertenecer a uno, la persona mues-

tra un estatus basado en la posesión de objetos, con los que expresa gustos personales que le hacen reafirmar su identidad con respecto de los diversos grupos a los que pertenece.

Satisfacer la necesidad de pertenecer a un grupo ha llevado al ser humano al consumismo, a querer siempre estar actualizado, a la moda; esto significa que nuestras decisiones de compra tienen un impacto mayor de lo que apreciamos a simple vista. El consumismo conlleva al derroche, contaminación, explotación, miseria, pobreza, marginación y al uso irracional de bienes escasos en el planeta, generando efectos devastadores al ambiente, y provocando que el nuestro futuro se tire a la basura.

No obstante, el panorama no es desolador ni irremediamente apocalíptico, porque como individuos somos capaces de actuar decididamente para enfrentar el desastre que hemos creado, si tomamos conciencia y asumimos nuestra responsabilidad con la sociedad podemos disminuir el impacto de nuestros errores. La estrategia es organizarnos para buscar opciones de consumo que beneficien a todos, para ello debemos ser promotores de lo mejor, de lo solidario y lo justo, reconociendo que las decisiones que tomamos como individuos y como sociedad tienen consecuencias para todos.

## Desarrollo:

Cada ser humano es un individuo único; sin embargo, su desarrollo como persona depende de la relación con los demás. Necesitamos de los demás para preservar y disfrutar la vida, para progresar en todo sentido y para trascender. Necesitamos de los demás para ser, sólo así podemos cumplir con nuestro destino de vivir humanamente y vivir en sociedad.<sup>1</sup>

El hombre posee facultades que le permiten vivir en sociedad. A través del lenguaje la humanidad ha creado un medio para intercambiar pensamientos y sentimientos; incluso para expresar la atracción hacia los demás y su sentido de pertenencia con determinado grupo.<sup>2</sup>

La sociedad existe desde que el hombre comenzó a poblar el planeta, sus formas de organización han cambiado a lo largo de la historia debido a que también él ha cambiado. La sociedad del hombre prehistórico se encontraba organizada de modo jerárquico, donde un jefe (el más fuerte o sabio del grupo) concentraba el poder, pero conforme la humanidad fue avanzando, la tendencia absolutista del poder empezó a modificarse, hasta llegar al momento en el que la mayoría podía participar en la toma de decisiones, dando origen así a la democracia.<sup>3</sup>

La sociedad moderna se caracteriza por ser una sociedad de consumo, consecuencia de la producción en masa de bienes (activada por el taylorismo y el fordismo), que reveló que era más fácil fabricar los productos que venderlos, por lo que el esfuerzo empresarial se desplazó hacia su comercialización (publicidad, marketing, venta a plazos, etc.).<sup>4</sup>

Es así que actualmente el consumo no es la simple utilización de medios de vida para la satisfacción de necesidades elementales de sobrevivencia como alimentarse, vestirse o protegerse, por el contrario, el consumo es un fenómeno social, económico y cultural, es una actividad de comunicación, homogeneización del actuar individual y diferenciación de clases, en una estructura caracterizada por inequidad y contradicciones políticas, económicas y sociales.<sup>5</sup>

La lógica del consumo está dada por el ciclo de producción y reproducción social, así como por la expansión del capital y, por tanto, no es el ejercicio de gustos y necesidades individuales lo que determina qué producir y qué consumir, porque son los propietarios del capital quienes deciden y tienen el control sobre los procesos.<sup>6</sup>

El consumo, como proceso social de apropiación, comunicación e intercambio de valores, se concibe a partir de los siguientes aspectos:

a) Es un proceso sociocultural, donde se construyen signos de comunicación y los miembros de la sociedad configuran identidades, modas y estilos muy particulares para integrarse a un grupo en particular.<sup>7</sup>

b) Es el espacio de integración y diferenciación social, en donde las clases bajas tratan de alcanzar el estilo de vida y la forma de consumir de las clases altas, y las clases altas se mantienen a la vanguardia de la moda, lo que se convierte en una carrera continua en la que los únicos que ganan son los productores.<sup>8</sup>

Esta forma de consumir, en la que la adquisición de productos se vuelve el objetivo central de la existencia de las personas, propicia el consumismo, convirtiéndolo en atributo de la sociedad actual, reduciendo las probabilidades de elección y expresión de la individualidad del ser humano, ya que las personas hacen todo lo posible para convertirse en lo que la "sociedad de consumidores" impone,<sup>9</sup> teniendo como consecuencias las siguientes:

Para el medio ambiente, actualmente existen muchos problemas relacionados con el consumo excesivo de recursos naturales que se hace a nivel mundial, así como con los procesos de producción que en su gran mayoría contaminan el aire, el agua y el suelo. Además de las grandes cantidades de basura que se generan diariamente.<sup>10</sup>

En la esfera social existe un impacto en los productores locales, al fomentarse el consumo de productos que son fabricados en otros lugares, que son innecesarios o más baratos pero de menor calidad, lo que a su vez favorece el desequilibrio de la balanza comercial entre las regiones y la mala distribución de la riqueza.<sup>11</sup>

En el ámbito familiar y personal, cuando favorecemos el consumismo aumentamos nuestros gastos de forma innecesaria, comprando

cosas que pudiéramos evitar o reducir, por ejemplo, los productos cuya publicidad promete milagros, de baja calidad o productos sustitutos de otros naturales.<sup>12</sup>

Todas estas consecuencias del consumismo pueden evitarse al tomar decisiones responsables; la naturaleza humana tiende a ayudar, a ser solidaria, a evitar que otros se vean dañados en su persona, sus bienes, su trabajo o su familia, a ser más justos. De esta manera algunas de las acciones que podemos propiciar como sociedad para tener un consumo responsable son el consumo solidario y el comercio justo.

En términos de ciudadanía, la solidaridad se refiere a los lazos sociales que unen a los miembros de una sociedad entre sí, debido a que implica apoyo y proacción, además de un deber de justicia y de equidad social que abre la posibilidad de recibir ayuda, y que también está dispuesta a darla.<sup>13</sup>

Nuestras decisiones de compra pueden ser solidarias, porque tenemos la opción de evitar adquirir productos que son elaborados explotando el trabajo de obreros o niños, preferir comprar productos locales o realizar acciones que contribuyan a disminuir nuestro impacto, o huella ecológica, en el planeta.<sup>14</sup>

De esta forma, la participación ciudadana y la solidaridad que demostramos ante los desafíos de la vida moderna nos permitirán establecer una sociedad más consciente y crítica, que no sólo exija soluciones, sino también contribuya a resolver los problemas que como sociedad nos aquejan, haciendo un consumo colaborativo de los bienes y servicios con los que contamos.<sup>15</sup>

Otra forma en la que como sociedad podemos contribuir con un consumo responsable es por medio del comercio justo, que se basa en justicia social, calidad de los productos y el cuidado de la naturaleza. Mediante el comercio justo se fomenta una vinculación directa, de largo plazo, entre pequeños productores y consumidores, que contribuye a la construcción de un modelo de desarrollo sustentable y solidario.<sup>16</sup>

En el comercio justo, los productores obtienen un ingreso digno y estable que impulsa sus propios procesos de desarrollo económico, social y cultural. Mientras que para los consu-

1 El hombre, ser social. Publicado en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/administracion/comunidad/comun2.htm> Consultado el 16 de octubre de 2013.

2 Loc. Cit. El hombre, ser social.

3 Definición de sociedad ¿Qué es?, significado y concepto. Publicado en <http://definicion.de/sociedad/#ixzz2houfGlvQ> Consultado el 16 de octubre de 2013.

4 Carrasco, A. (2007). La sociedad de consumo: origen y características. Publicado en: <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm> Consultado el 16 de octubre de 2013.

5 Zarur, A. (1998). El consumo: un fenómeno social complejo de fin de siglo. Publicado en: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num14/doc18.htm> Consultado el 16 de octubre de 2013

6 Loc. Cit. Zarur, A.

7 Idem.

8 Idem.

9 Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Buenos Aires, Argentina. Fondo de Cultura Económica.

10 (s/a). El consumismo. Publicado en <http://comprarcomprar.galeon.com/> Consultado el 16 de octubre de 2013.

11 Loc. Cit. El consumismo.

12 Loc. Cit. El consumismo

13 Movilidad sustentable: compartiendo un destino. Revista del Consumidor. Octubre 2013.

14 Loc. Cit. Movilidad sustentable: compartiendo un destino.

15 Loc. Cit. Movilidad sustentable: compartiendo un destino.

16 Comercio justo. Publicado en: <http://www.comerciojusto.com.mx/contents/index.php?mod=cont&id=9> Consultado el 16 de octubre de 2013.

midores se garantiza que los productos tengan calidad certificada y que se elaboren con respeto a la salud y cuidado a la naturaleza.<sup>17</sup>

Estas formas de consumir contribuirán a que como sociedad seamos más igualitarios, justos e incluyentes, que finalmente es el objetivo fundamental del consumo responsable.

A partir del análisis anterior se puede precisar la necesidad de desarrollar acciones para propiciar formas de consumo que contribuyan al desarrollo social, como las siguientes:

**Consumo solidario:** Se pregunta por las condiciones humanas y ecológicas en que un

producto fue elaborado a fin de promover el desarrollo de los sectores más empobrecidos –como el rural y el artesanal– creando responsabilidad social y ambiental en las grandes corporaciones.<sup>18</sup> Por ejemplo, una persona que opta por comprar un vestido elaborado por una cooperativa de mujeres indígenas artesanas en lugar de uno elaborado por una transnacional, con bajo o nulo respeto por los derechos laborales de sus empleados y o el medio ambiente.

**Consumo activo:** Nos insta a poner en práctica nuestras garantías individuales, organi-

zarnos y formar alianzas para salvaguardar los derechos del consumidor y crear vínculos más justos entre los agentes de la economía.<sup>19</sup> Por ejemplo, un grupo de consumidores que realiza un boicot sobre un producto o una compañía está ejerciendo sus derechos de organización y de respeto al consumidor. Como su nombre lo indica, en este caso, los consumidores toman la parte ofensiva en materia de sus derechos, por lo que las demandas colectivas entran en este rubro.

**Comercio justo:** Según la Asociación Euro-

17 Loc. Cit. Comercio Justo.

18 Miramón Driben, Ana. (2007). "Siete pasos hacia un consumo inteligente" en: *Hacia una Cultura de Consumo Inteligente*, Profeco, 2007, p. 43.

19 Miramón Driben, Ana. (2007). "Siete pasos hacia un consumo inteligente". *Hacia una Cultura de Consumo Inteligente*. México: Profeco, p. 43.

## ESFERA SOCIAL



pea de Comercio Justo es una iniciativa que intenta corregir algunos perjuicios que sufren los pequeños productores y trabajadores explotados. Quiere ser un símbolo de comercio diferente, en el que todos ganen, tanto consumidores como productores, y en el que los marginados puedan participar en la globalización en beneficio propio y no ser explotados. Los principios del comercio justo son: eliminar la presencia de intermediarios, remunerar a los productores de manera justa, gestionar cooperativas de trabajo democráticas, proporcionar herramientas de financiamiento a fin de incrementar la calidad y condiciones de higiene de los productos, procurar la producción ecológica y salvaguardar al medio ambiente.

Por ejemplo, el trabajo que realiza OXFAM (Agencia de Cooperación Internacional y Ayuda Humanitaria que trabaja en más de 190 países para un cambio sostenible), certificando productores y prácticas mediante su abanico de proyectos encaminados a acabar con el hambre en el mundo. No sólo se limita a la producción sino que acompaña la cadena de valor y la comercialización mediante canales alternativos de consumo -OXFAM cuenta con tiendas especializadas- en donde todo lo que se ofrece cumple con criterios sociales y ambientales estrictos. Vale la pena mencionar que la piratería de bienes procesados es, por definición, contraria a la visión de comercio justo, puesto que busca, ante todo, maximizar las ganancias del inversionista a costa de la vida de sus trabajadores y la de sus consumidores, dada la calidad de sus productos. Consumir piratería afecta las ganancias de los verdaderos productores, generando incentivos perversos para la economía.

Consumo colaborativo: Es la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar y

alquilar, redefinida a través de las tecnologías y las comunidades. Tiene tres ejes: 1) un sistema económico en el uso del producto y no en su posesión; 2) un mercado de redistribución: llevar objetos de un lugar donde ya no se necesitan a otro donde se requieren, de manera gratuita o a través de la venta; y 3) un estilo de vida colaborativo donde se da el intercambio de bienes intangibles como tiempo y habilidades, entre otros. Por ejemplo, un grupo de personas que se organizan para utilizar, de manera eficiente, el automóvil de uno de ellos para trasladarse por una ciudad saturada en su sistema de transporte. Colaboran entre sí para retirar de circulación los automóviles de los demás del flujo diario y/o reducir la demanda del transporte público. Los aventones son un sistema de consumo colaborativo, como también lo son los tianguis de trueque o el trabajo altruista.

### Palabras Clave:

**Ciudadanía:** Se refiere al comportamiento propio de un buen ciudadano, con cualidades y derechos.<sup>20</sup>

**Democracia:** Es una doctrina política en la que se favorece la participación del pueblo en las decisiones del Estado.<sup>21</sup>

**Fordismo:** Modo de producción en cadena que llevó a la práctica Henry Ford, fabricante del famoso modelo T de autos. Este sistema, que se desarrolló entre fines de la década de los treinta y principios de los setenta, creó la ca-

20 Efta. (1998). Anuario del Comercio Justo 1998-2000. INTERMON. Países Bajos: Maastrich. Citado en Martínez Orozco, Santiago. (2000). "Comercio justo, consumo responsable". Barcelona: INTERMON, p. 25.

21 Diccionario de la lengua española. (2001). Publicado en [http://buscon.rae.es/drae/?type=3&val=conciencia&val\\_aux=&origen=REDRAE](http://buscon.rae.es/drae/?type=3&val=conciencia&val_aux=&origen=REDRAE) Consultado el 18 de octubre de 2013.

dena de montaje y maquinaria especializada, y usó un número elevado de trabajadores con altos salarios.<sup>22</sup>

**Homogéneo:** Perteneciente o relativo a un mismo género, poseedor de iguales caracteres o que está formado por elementos iguales.<sup>23</sup>

**Huella ecológica:** Es el impacto de una persona, ciudad o país sobre la Tierra para satisfacer lo que consume y para absorber sus residuos.<sup>24</sup>

**Marketing:** Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda.<sup>25</sup>

**Proacción:** Toda actividad de mejora, visión y/o ejecución que prevenga fallas humanas, de equipos y procesos o que atenúa la consecuencia de una falla.<sup>26</sup>

**Proceso:** Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.<sup>27</sup>

**Taylorismo:** Método de organización del trabajo que persigue el aumento de la productividad mediante la máxima división de funciones, la especialización del trabajador y el control estricto del tiempo necesario para cada tarea.<sup>28</sup>

**Vanguardia:** Se refiere a estar en primera posición, en el punto más avanzado, adelantado a los demás.<sup>29</sup>

22 Loc. Cit. Diccionario de la lengua española.

23 Revista Empresalud.ng Revista papel 71. ¿Qué es el fordismo? Publicado en: <http://www.empresalud.com.ar/nota/que-es-el-fordismo> Consultado el 18 de octubre de 2013.

24 Loc. Cit. Diccionario de la lengua española.

25 (2004). La Huella Ecológica: ¿Cuánto necesitas para vivir y cuánto usas?. Publicado en [http://www.wwf.org.mx/wwfmex/he\\_cuestionario.php](http://www.wwf.org.mx/wwfmex/he_cuestionario.php) Consultado el 18 de octubre de 2013.

26 Loc. Cit. Diccionario de la lengua española.

27 Latino, C. (s/a). Definición y logro de la cultura de la confiabilidad. Publicado en [http://www.reliability.com/industry/articles/article11\\_spanish.pdf](http://www.reliability.com/industry/articles/article11_spanish.pdf) Consultado el 18 de octubre de 2013.

28 Loc. Cit. Diccionario de la lengua española.

29 Idem.

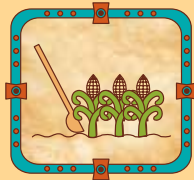
## Actividades por perfil



**Título:** ¿Un juguete es suficiente?

**Perfil:** Preescolar y primaria 1 (1° a 3°)

**Tiempo:** 60 minutos.



**Propósito del aprendizaje:**

Conocer el consumo solidario



**Materiales:**

Imágenes de la historia  
Urge reparar mi osito



### Desarrollo:

El promotor cuenta la siguiente historia a los niños:

#### Urge reparar mi osito

Carmina es una niña de cinco años que tiene 12 muñecos de peluche, cinco pelotas, siete juegos de cocina, cinco cuerdas para brincar, ocho muñecas y dos triciclos.

En este punto el promotor interrumpirá el relato y preguntará a los niños, ¿cuántas pelotas tiene Carmina?, ¿cuántas cuerdas para brincar?, ¿cuántos muñecos de peluche?, y esperará a que los niños respondan, luego preguntará ¿cuántos juguetes tienen ustedes?, ¿los han contado?, y esperará a que los niños respondan, y continuará el relato.

Un día la madre de Carmina le pidió que la acompañara a visitar a la abuela, y al pasar por una casa le llamó la atención que a través de la reja muchas niñas se asomaron a verla, pues llevaba su osito favorito, ¿todos tenemos nuestro juguete favorito, ¿no? -pensó Carmina-.

Ella estaba sorprendida por la forma como las niñas miraban a su pequeño osito gris, parchado de su pancita, un poco despeluchado y una sonrisa linda pero despiñada.

#### El promotor muestra la imagen del osito

Cuando llegó a la casa de la abuela le preguntó -oye abuela ¿todas esas niñas viven en esa casa que está cerca de aquí?, su abuela la miró extrañada y le dijo -¿cuál hijita?, la madre de Carmina la miró y luego miró a la abuela a los ojos, entonces la abuela supo a qué se refería Carmina, y le explicó -mira hija, en esa casa viven las niñas que no pueden vivir con sus padres.

Carmina tenía más preguntas que hacerle a la abuela, pero antes de que pudiera hacerlas su abuela la tomó de la mano y le pidió a ella y

a su madre que la acompañara, pues precisamente tenía que visitar a esas niñas y llevarles unos panes que había cocinado para ellas.

Carmina y su madre acompañaron a la abuela, y luego de hablar con una mujer que estaba en la puerta las dejaron pasar al patio, pero sólo su abuela entró a la cocina a dejar los panecillos que había llevado. Así, mientras Carmina y su madre esperaban a la abuela, se acercó una niña muy pequeñita que tenía unos enormes ojos con los que miró nuevamente el osito de Carmina, a quien le preguntó -¿es tuyo ese osito? -Carmina tímidamente asintió- ¿cómo se llama? -preguntó la niña, - y Carmina respondió -no tiene un nombre, sólo es un oso y la niña le dijo -yo me llamo Lizet y sólo soy una niña.

Carmina se quedó callada un momento y le preguntó a Lizet ¿qué nombre le gustaría que tuviera el osito?, Lizet emocionada le respondió -¿de verdad me preguntas a mí?, -claro -dijo Carmina- -pongámosle un nombre entre las dos, ¿te parece?, -claro- respondió Lizet emocionada -quiero que se llame Leopoldo -¿Leopoldo? -respondió Carmina- -pero ese no es un nombre para un osito, ¿por qué quieres que se llame así? Lizet respondió -así se llamaba mi hermano pequeño, que murió en el accidente con mis padres. Carmina la miró y en ese momento entró su abuela con la misma mujer que había abierto la puerta, quien dijo -Lizet ¿qué haces aquí? deberías estar con las demás niñas, anda vámonos.

La madre de Carmina miró a su hija y tomó su mano, ella había observado todo, pero no dijo nada. Las tres regresaron a casa de la abuela, comieron y platicaron como todas las tardes. Carmina jugaba con su osito mientras pensaba en su encuentro con Lizet. De pronto llegó su padre por ellas, con "Káiser" su perrito peludo, blanco y con nariz café que parecía una gomita. Carmina adoraba a su perro, pues crecieron juntos. Káiser que es muy juguetón se alegró mucho de verla, así que empezó a jalarla de la ropa como siempre hace cuando se emociona, pero de pronto jaló el brazo del osito y, sin que Carmina pudiera hacer nada, lo rompió. Carmina con lágrimas en los ojos abrazó a Káiser y le dijo -¡ya rompiste a Leopoldo!, luego corrió a abrazar a la abuela y

le dijo -abuelita ¡ayúdame a reparar a Leopoldo, ¡me urge!

La abuela la miró y sin comprender porque le urgía reparar a su osito le dijo, -mira, hagamos una cosa, ve con tus papitos y para la próxima vez que vengas a visitarme lo tendré listo. Carmina le dijo -¡no abuelita, por favor ayúdame ahora! tengo que llevárselo a Lizet, la abuela la miró y le preguntó -¿cómo que tienes que llevárselo a Lizet?, la madre de Carmina la miró y le preguntó -¿estás segura hija?, Carmina la miró y sólo asintió con la cabeza para responder a su madre.

La madre de Carmina dijo a la abuela vamos mami, entre las dos arreglaremos a Leopoldo, el padre de Carmina no entendía qué estaba pasando, pero su esposa lo tomó de la mano, y con una sonrisa le pidió que esperaran a que terminaran de reparar a Leopoldo. Así, mientras esperaba se puso a jugar con Carmina y Káiser para que ambos superaran el mal rato.

Media hora después, la abuelita le entregó el osito a la niña, y ella la abrazó muy fuerte, luego le pidió a sus padres que la llevaran al lugar donde viven las niñas que no viven con sus padres. Ellos la miraron y le dijeron, hija ya es tarde tal vez no nos dejen entrar, pero ella insistió.

La abuela los acompañó para pedir que les permitieran entrar. Al llegar a la puerta Carmina le dio un gran beso a Leopoldo, su osito, y se despidió, luego la abuela la ayudó para pedir que le dejaran ver a Lizet, quien al parecer ya se había acostado a dormir, así que tuvieron que despertarla. Cuando Lizet llegó a la salita miró que Leopoldo tenía un brazo nuevo y le preguntó a Carmina -¿qué le pasó a Leopoldo?, Carmina le respondió que al estar jugando con Káiser por accidente su brazo se desprendió, por eso su abuelita y su mami le pusieron uno nuevo, y Lizet le respondió -¡No te preocupes, los accidentes suelen pasar!

Carmina le dijo -oye, ¿te gustaría que Leopoldo se quedara aquí contigo a dormir?, ¿quieres que viva contigo?, Lizet, la miró y la abrazó, -¡claro que me gustaría, muchas gracias!

Carmina y su madre regresaron días después a dejar en esa casa algunos de sus juguetes, para que todas jugaran con ellos, pero

eso sí, Carmina les pidió a las niñas que los cuidaran mucho para que muchas niñas más pudieran jugar con ellos.

Ahora Carmina sólo tiene dos muñecos de peluche, una pelota, dos juegos de cocina, una cuerda para brincar, dos muñecas y un triciclo.

Al terminar el relato el promotor les preguntará a los niños ¿qué aprendieron de lo que hizo Carmina?, y esperará a que ellos expresen sus ideas, y dirá: “podemos compartir los juguetes que tenemos con otros niños que no los tienen, y cuidar mucho los que tenemos, in-

cluso podemos repararlos cuando se rompan, pero recuerden que lo más importante es jugar con otros niños, los juguetes sólo sirven si además de hacernos sonreír, hacen sonreír a otros niños”.



### Preguntas de reflexión:

- ¿Cuál es nuestro juguete favorito y por qué?
- ¿Los objetos valen por lo que pagamos por ellos o por lo que significan para nosotros?
- ¿Podemos compartir nuestros juguetes, prestarlos o intercambiarlos con otros niños?



### Cierre de la actividad: ¿Cómo nos organizamos?

El promotor pedirá a los niños que piensen en una manera de que las niñas puedan turnarse para jugar con los juguetes que les dio Carmina, y preguntará ¿qué podrían hacer?, después de que algunos expresen sus ideas, los reunirá en equipos dependiendo del tamaño del grupo y

les pedirá que entre todos piensen y platicuen sobre:

- a) Cuál es su juguete favorito.
- b) Cómo intercambiar sus juguetes con otros niños.
- c) Qué ventajas tiene intercambiar los juguetes con otros niños.
- d) Cómo se pueden reparar los juguetes que tienen.
- e) Qué hacer con los juguetes que ya no usan.

### Al final el promotor les pregunta que ideas tuvieron para:

- 1) Intercambiar sus juguetes con otros niños, ¿qué ventajas tiene hacer eso?
- 2) Reparar los juguetes que tienen
- 3) Qué se puede hacer con los juguetes que ya no usan.

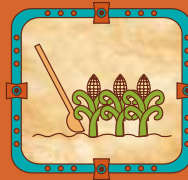
### Notas a considerar para desarrollar la actividad

- El promotor debe estar alerta de explicar lo que no comprendan los niños y de observar sus emociones para orientarlos, en el caso de que alguno se haya sentido identificado con la historia se debe platicar con él y explicarle que todos los niños tienen alguien que los quiere, y hablar con el responsable del grupo.
- Esta actividad no es conveniente para niños que se encuentran en una casa hogar, o albergue. En tal caso se puede modificar la historia para no abordar el tema de la pérdida de sus padres.





**Título:** ¿Quiénes están detrás de lo que compramos?  
**Perfil:** Primaria 2 (3º a 6º)  
**Tiempo:** 60 minutos.



**Propósito del aprendizaje:** Valorar los productos que consumimos a partir de lo que representan para otras personas.



**Materiales:** Imágenes de personas elaborando distintos alimentos y juguetes.



### Desarrollo:

El promotor presenta a los niños las imágenes de ¿Quiénes están detrás de lo que compramos?

Luego preguntará qué observan en cada imagen y a partir de ello preguntará ¿cómo se llamará el señor que corta las naranjas?, ¿dónde vivirá?, ¿cuánto le pagarán por cortar las naranjas?, ¿tendrá hijos?, ¿le gustará su trabajo?, si no hubiera quien cortara las naranjas ¿cómo llegarían a nosotros? Las mismas preguntas se harán respecto de cada una de las tres imágenes y al finalizar preguntará a los niños ¿por qué es importante saber quiénes participan en la elaboración de lo que compramos? Ellos expresarán sus ideas y el promotor elaborará una conclusión que precise: a) todo lo que compramos está hecho por personas que ponen su esfuerzo para que nosotros disfrutemos de las cosas; b) lo que pagamos por las cosas permite que las personas que las co-

sechan o fabrican puedan dar lo necesario a sus familias.

El promotor le dirá al grupo, “ahora les voy a leer una historia que me parece interesante que conozcan”.

Amanda es una niña de ocho años de edad, tiene seis hermanos y su padre se ha quedado sin empleo, así que su madre prepara comida para llevarla a vender. Por eso Amanda y sus dos hermanos mayores trabajan en la cosecha del algodón para ayudar a su madre, que por ahora está sosteniendo a la familia. Los niños son contratados para cosechar el algodón porque tienen dedos muy finitos que pueden hacer un buen trabajo, sin embargo, a Amanda y a sus dos hermanos les pagan la mitad de lo que le pagarían a un adulto por un día de trabajo. No obstante, Amanda y sus hermanos aceptaron el trabajo para poder ayudar a su familia, a pesar de haber tenido que dejar la escuela, ella quiere ser arquitecta, dice que cuando su padre consiga trabajo ella regresará a estudiar.

El algodón que cosechan lo compra una compañía que fabrica pantalones, esa fábrica ha contratado a la madre de Amanda, pero ahí

a las mujeres les pagan menos que a los hombres por hacer el mismo trabajo.

La madre de Amanda aceptó el trabajo porque su esposo aún no encuentra trabajo y ella quiere que sus hijos regresen a la escuela para ser arquitectos, abogados, lo que ellos quieran.

La fábrica de pantalones requiere de personas que entreguen los pedidos de la mercancía a las tiendas, así que contrató al padre de Amanda, pero como no tiene su certificado de que estudió la primaria, le paga menos que todos sus demás empleados, pero aun así aceptó el trabajo porque quiere que Amanda un día se reciba como arquitecta.

El promotor expresará: “cuando decidimos comprar algo, ¿nos preguntamos por las historias de las personas que trabajan en su producción?, ¿ustedes comprarían a empresas que no pagan lo justo a las personas?, ¿por qué?” Dejará que los niños expresen su opinión y comentará: “si bien es cierto que hay las personas que trabajan en empresas que no les pagan lo justo por su trabajo, también es cierto que al comprar sus productos estamos propiciando que estos negocios sigan cometiendo esos abusos, ¿qué podemos hacer?”, y dejará que los niños expresen sus opiniones.



### Preguntas de reflexión:

- ¿Cuando compramos algo pensamos en las personas que las elaboran?
- ¿Es justo que a la gente se le pague menos

que a otras por el mismo trabajo?

- ¿Es justo que a los niños, a las mujeres o a las personas que no tienen estudios se les discrimine y se abuse de ellas en su trabajo?
- ¿Cómo podemos ayudar a crear condiciones de trabajo justas para todas las personas?

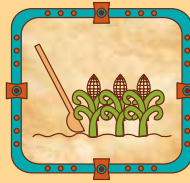


### Cierre de la actividad: Una razón más para cuidar mis pantalones...

El promotor dirá a los niños: “¿habría manera de contribuir a que más personas tengan la ropa que necesitan?, por ejemplo pensando en apoyar a familias como la de Amanda, podríamos donar la ropa que ya no usamos, para quitarle un gasto necesario a esas familias. La tarea será entonces que cada vez que ustedes piensen en “tirar” alguna prenda de vestir se pregunten ¿realmente ya no la uso?, ¿alguien más la puede necesitar?, ¿a quién puedo ayudar si dono la ropa que ya no uso?, ¿podría intercambiar con mis compañeros la ropa que, aunque está en buenas condiciones, ya no me gusta? Piensen que consumir conlleva una gran responsabilidad porque implica pensar en los demás”.



**Título:** El consumismo, la caricatura de nuestra sociedad  
**Perfil:** Secundaria y media superior  
**Tiempo:** 60 minutos



**Propósito del aprendizaje:** Identificar las consecuencias del consumismo en la sociedad.



**Materiales:** Imágenes de caricaturas  
 Hojas  
 Colores, plumones, acuarelas, etc.



### Desarrollo:

El promotor dirá al grupo, ¿saben?, me encantan las caricaturas, sobre todo aquellas que me hacen pensar, a esa forma de caricatura le llamamos caricatura social. Después preguntará ¿por qué se llaman así?, dejará que el grupo exprese sus ideas, y luego dirá “vamos a ver una de ellas que me gusta mucho”:

El promotor preguntará al grupo ¿qué quiere decir la caricatura?, luego permitirá que los

jóvenes comenten sus ideas. Es importante que el promotor oriente al grupo a reflexionar respecto del planteamiento que se hace en la caricatura, ¿Por qué la sopa es a la niñez, lo que el consumismo es a la democracia?, ¿qué relación existe entre el consumismo y la democracia? Es importante que el promotor considere que precisamente se establece una analogía de elementos “nocivos” para la infancia: la “sopa” (desde la perspectiva de una niña, a quien no le gusta la sopa), y para la democracia: el “consumismo”. Por ello es importante que el análisis con el grupo profundice en los argumentos que explican porque es “nocivo” el consumismo a la democracia.

Luego el promotor preguntará ¿cuáles son las consecuencias del consumismo para la so-

iedad en la que vivimos?, y dejará que los jóvenes opinen, después le pedirá a cada uno que piensen en cómo representarían sus ideas en una caricatura social, que haga una crítica a las formas actuales en que nuestra forma de consumo daña a las personas de nuestra sociedad. La elaboración de las caricaturas le llevará al grupo entre 20 y 30 minutos, pero será importante esperar a que todos terminen.

Cuando cada uno haya terminado la elaboración de las caricaturas, se les pedirá que las ubiquen en un lugar todas juntas, para armar con ellas una exposición, luego se le pedirá al grupo que pasen a verlas. Finalmente, se reunirán de nuevo todos y expresarán sus opiniones respecto de los mensajes que se expresaron en las caricaturas.



### Preguntas de reflexión:

- ¿Por qué es importante en nuestra sociedad poseer bienes materiales?
- ¿Qué posee el ser humano que no sean bienes materiales?
- ¿Realmente somos conscientes de las prácticas consumistas que existen en nuestra sociedad?

- ¿Cómo afecta nuestra forma de consumo a la sociedad?
- ¿Cuáles son las consecuencias de que se fomente el consumismo en nuestra sociedad?



### Cierre de la actividad: ¿Cuál es el sentido de la vida?

El promotor le dirá al grupo, “Bueno, les voy a contar que un día Jorge, un compañero de trabajo, me contó que su hijo, de apenas ocho años, le preguntó -Papi, ¿para qué venimos a este mundo? Jorge se quedó callado, pensando qué responder, y me dijo que pensó mucho en una frase que leyó alguna vez “La existencia del hombre parece reducirse al ciclo: ganar dinero, para luego gastarlo”. Veámoslo representado en la siguiente caricatura:

Jorge seguía callado, y pensativo, hasta que su hijo le dijo “yo sé para que venimos a este mundo papi, para ser felices, ¿no?” Jorge respiró y le sonrió, y comprendió que tendrá que orientarlo para que nunca abandone esa idea.

Finalmente, el promotor pedirá que cada uno reflexione respecto de las siguientes preguntas ¿cuál es el sentido de nuestra vida?, ¿es verdad que nuestra existencia se reduce al ciclo ganar dinero para luego gastarlo?, ¿qué prácticas de consumo podemos cambiar para contribuir con un cambio social?, y todos expresarán sus propuestas de cambio.

### Notas a considerar para desarrollar la actividad

- Se sugiere que el promotor investigue sobre las técnicas para elaborar caricatura social.
- La actividad no sólo está enfocada a la crítica social, sino a la reflexión respecto de las alternativas que cada uno tiene para replantearse una forma de vida, y proponer cambios en prácticas concretas de consumo. Por ello, es importante que en el momento del cierre el promotor esté atento a orientar la reflexión.





**Título:** Nuestra responsabilidad con los demás...  
**Perfil:** Adultos y Adultos mayores



**Tiempo:** 60 minutos.  
**Propósito del aprendizaje:** Identificar la relación entre el estilo de vida personal con el cambio social, a partir de preferir el consumo de productos cuyas empresas practican el comercio justo.



**Materiales:** Rotafolios y marcadores



### Desarrollo:

El promotor dirá al grupo “saben, estoy leyendo un libro del que me gustaría compartir con ustedes algunas reflexiones”:

“La insignificancia del individuo en nuestros tiempos no atañe solamente a su función como hombre de negocios, empleado o trabajador manual, sino también a su papel de consumidor o cliente” Erich Fromm.

Luego el promotor preguntará ¿qué significa esa frase para cada uno de nosotros?, ¿somos más que la suma de actividades que desempeñamos?, ¿será que Fromm considera insignificante al hombre si se piensa a partir de su función como consumidor?, ¿cómo puede el hombre trascender a sus múltiples funciones? Deja que expresen sus opiniones.

El promotor continuará la reflexión y leerá la siguiente frase:

“... el hombre es histórico y temporal, si se construye o se crea a medida que se transforma a lo largo del tiempo, parece evidente que ya no es posible postular un concepto invariable de esencia del hombre...” Erich Fromm.

Y preguntará al grupo ¿cuál es el significado de la frase?, ¿podrá el hombre transformarse a sí mismo?, ¿si no existe una esencia del hombre, cada uno podrá decidir cómo quiere ser?, y dejará que expresen sus opiniones.

El promotor elaborará una conclusión a partir de los argumentos que dará el grupo. En ella se enfatizará: a) En la primera frase Fromm cuestiona la individualidad del hombre, pues considera que éste se concibe a sí mismo en función de las acciones que desempeña, principalmente de su papel como consumidor; b) Podemos afirmar, desde Fromm, que explicar la forma de vida de los hombres requiere ubicarlo en el momento de la historia de la humanidad en que se encuentra; c) La humanidad es capaz de transformarse a lo largo del tiempo, pero ¿en quién se está transformando actualmente?; d) El hombre no es en esencia “bueno”

o “malo”, sino producto de su tiempo y de su capacidad de autocrítica.

El promotor preguntará al grupo ¿cuál podría ser la autocrítica a nuestra forma de consumo?, cuando adquirimos un producto ¿pensamos en las consecuencias que tiene nuestra compra para otras personas? Cada uno de los participantes expresará su opinión, enseguida se planteará la siguiente pregunta ¿cómo afecta nuestra forma de consumo a la sociedad?, y los jóvenes comentarán sus respuestas.

Luego el promotor comentará al grupo: “Nuestra forma de consumo tiene impacto en las formas de producción. Desde hace algunos años se han buscado estrategias para contribuir al desarrollo económico de los pueblos y comunidades cuyos pequeños agricultores, por cientos de años, han carecido de oportunidades de prosperar a través de su trabajo, pues el pago que reciben por su cosecha es muy bajo.

Hoy en día se ha reconocido que una estrategia para impulsar el desarrollo económico está en practicar el comercio justo, que en nuestros pueblos indígenas se ha practicado desde la antigüedad, ellos han mantenido desde siempre relaciones de comercio en las que lo más importante son los valores de reciprocidad y solidaridad entre quienes establecen un intercambio de productos, incluso esas prácticas se mantienen hoy en día. En las comunidades indígenas de América Latina, hoy en día, conviven formas de intercambio solidario con el mercado moderno.

Es a finales del siglo XIX cuando se reconoce que el desarrollo económico de unos cuantos, no puede estar cimentado en la pobreza de quienes trabajan la tierra, y permiten obtener la materia prima con la que muchas empresas se enriquecen. Un precedente moderno del comercio justo es el movimiento de cooperación entre el Reino Unido y la India, cuyo propósito fue construir una economía fuerte para ambos países, a partir de la colaboración en los procesos de producción y comercialización de diversos artículos”.

El promotor preguntará al grupo ¿cómo contribuye el comercio justo con el desarrollo económico de las comunidades?, los miembros del grupo opinarán, y el promotor les dirá que en México existen empresas que llevan a cabo el comercio justo, y les

preguntará ¿conocen cuáles son esas empresas?

También comentará que: “Al leer la etiqueta de algunos productos o las políticas de algunas empresas se pueden identificar aquellas que lleva a cabo prácticas de comercio justo. En tal caso es importante investigar si realmente dichas empresas fomentan prácticas de este tipo de comercio, cuyos beneficios no son sólo para las personas, sino también para el ambiente, pues permiten que los agricultores procuren la preservación de los recursos naturales”.

El promotor preguntará a los participantes, entonces ¿por qué comprar o preferir empresas que practican el comercio justo?, y mientras los miembros del grupo expresan sus opiniones el promotor elaborará una conclusión que considere las distintas opiniones de los participantes y precise: a) es importante identificar los productos y servicios que realmente practican el comercio justo, y distinguir también aquellas cuyas prácticas comerciales son inequitativas; b) al apoyar a las empresas que practican el comercio justo se apoya a las comunidades rurales e indígenas que son productoras de la mayoría de la materia prima de los productos que consumimos; c) hoy más que nunca se requiere que el hombre tome conciencia de que sus prácticas de consumo tienen consecuencias para sí mismo y para los demás.

El promotor cerrará con una frase que, comenta, leyó en un texto “en nuestra sociedad, el materialismo va a la alza y la espiritualidad a la baja”. Les pedirá que reflexionen respecto de dos planteamientos: ¿qué valores guían mis prácticas de consumo?, y ¿al tomar conciencia de los valores que guían mis prácticas, puedo decidir cuales puedo modificar? Asimismo, señalará que: “En nuestros orígenes culturales los pueblos indígenas conciben el ‘desarrollo como un crecimiento integral que incluye lo material y lo espiritual’ (concepción tomada en este caso particular de los indígenas tsotsiles de Zinacantán, pero también se observa en los triquis de Oaxaca, y otros grupos indígenas de nuestro país), y por tanto los valores que guían sus decisiones son valores comunitarios”. Eso sucede en muchas comunidades de nuestro país, ¿podríamos retomar de nuestros orígenes culturales los valores que contribuyan a hacer una mejor sociedad?



### Preguntas de reflexión:

¿Cuáles son los valores que apremian en nuestra sociedad detrás del consumo?

¿Por qué el materialismo va en aumento en nuestra sociedad?

¿Cómo propiciar un cambio social con nuestros hábitos individuales?

¿Cómo puede el consumidor propiciar un cambio en las empresas?

¿Podría en algún momento sustituirse el individualismo por el comunismo en el consumo?



### Cierre de la actividad:

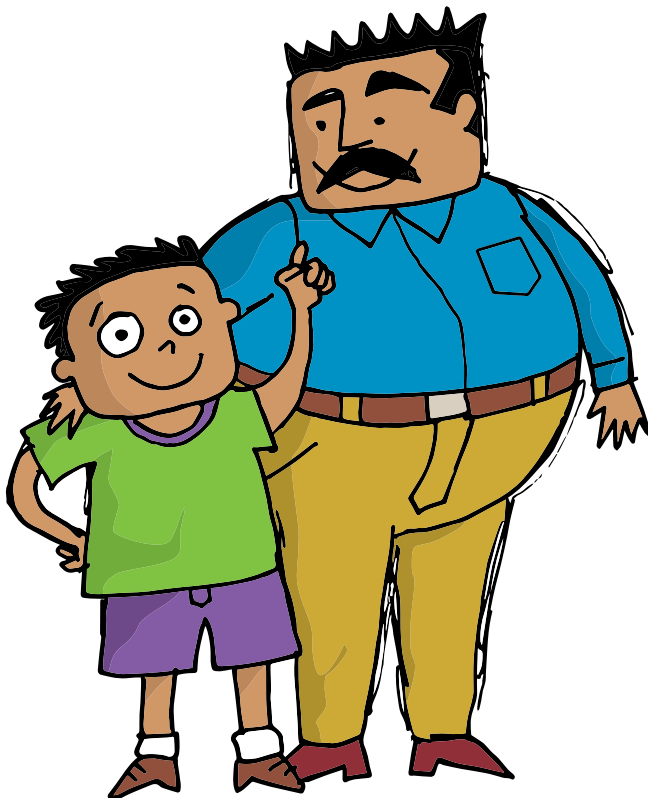
#### “Del yo al nosotros”

El promotor propondrá un sencillo ejercicio antes de tomar una decisión de consumo. Para ello, dirá a los miembros del grupo:

“Cuando planeamos adquirir algún producto o servicio, casi siempre pensamos: ‘lo necesito’, ‘me gustaría’, ‘quisiera’, ‘lo merezco’, ¿qué notan en esas afirmaciones?, y esperará a que respondan, luego señalará: “Efectivamente, además de expresar un deseo, las frases anteriores ponen de manifiesto una forma de pensamiento centrado en uno mismo, ¿sería distinto pensar en nosotros para tomar una decisión?, es decir, pensar en las implicaciones de mi compra para las personas que me rodean, e incluso para aquellos que no conozco y que cultivan, maquilan o participan en el proceso de fabricación del producto que pretendemos comprar. Bueno, pues sería importante que antes de tomar una decisión de consumo pensemos en nosotros y no sólo en uno mismo. Eso puede marcar la diferencia e impulsar un cambio social”.

### Notas a considerar para desarrollar la actividad

- Es deseable que el promotor conozca la obra de Erich Fromm, sólo como referente.
- La actividad consiste en iniciar con la sensibilización del grupo para tomar conciencia de que sus prácticas de consumo tienen consecuencias para otras personas. Para ello se retoman las citas de Fromm, sin embargo, si el promotor cuenta con más referentes para provocar que las personas logren tomar conciencia de ello, puede complementar la actividad.
- Es necesario que el promotor investigue respecto del origen del comercio justo en la sociedad moderna, y sus antecedentes en las prácticas comerciales de los pueblos originarios de América Latina.
- La actividad requiere que el promotor enfoque la reflexión hacia los valores que guían las prácticas de consumo, es decir, con sus preguntas y comentarios debe propiciar que los miembros del grupo tomen conciencia de la necesidad de revisar dichos valores.
- La alusión que se hace al retomar los valores comunitarios de nuestros orígenes culturales, tiene como intención situar al grupo en la reflexión de que los valores que guían en el ser humano una vida individualista, en una sociedad que antepone los valores materiales y que por tanto tiene prácticas consumistas, son consecuencia también de la pérdida de identidad cultural, que con los adultos vale la pena analizar. Sin embargo, el promotor debe hacer énfasis en retomar los valores que nos hacen mejores personas y mejor sociedad.



### Preguntas para el promotor

¿Cómo crear conciencia respecto de los valores que guían nuestro consumo?

¿Cómo propiciar la solidaridad en el consumo?

¿Cuáles son los beneficios de propiciar la responsabilidad social en el consumo?

¿Por qué preferir lo hecho en México?

### Material audiovisual:

**Consumo social.** El programa Extrenatura de Calan Extremadura recoge la experiencia del programa de consumo social encuadrado dentro del proyecto “Ecos del Tajo”. Barrunta Sentidos colaboró en este programa con el reparto y una parte importante de los productos de la huerta y frutas. [https://www.youtube.com/watch?v=AV2\\_7Clqfa0](https://www.youtube.com/watch?v=AV2_7Clqfa0). Duración 7:32

**Consumo solidario.** La experiencia de involucrarse en emprendimientos sociales, buscando un modelo de consumo más solidario y equilibrado, y generando una cadena de valor entre el consumidor, las empresas y las ONG basada en el “desprendimiento”. [https://www.youtube.com/watch?v=f\\_2BLOVVDNQ](https://www.youtube.com/watch?v=f_2BLOVVDNQ). Duración 8:19



Labo, la boleta. En este capítulo, Martín y Matilde viven una experiencia de consumo donde descubren que tienen derecho a elegir al momento de comprar y, además, descubren la importancia de exigir un comprobante de la venta (la boleta). La historia es de gran ayuda para poner en contacto a niños y niñas con diferentes textos, como boletas o comprobante de venta. La serie incluye otros temas de consumo como letreros, carteles, etiquetas y reconocer su entorno. Aunque la experiencia es de Chile, los videos son útiles y atractivos para dar a conocer temas de consumo a los niños. <https://www.youtube.com/watch?v=s0SjPNIjWnE> Duración 5:48

## Novedades

- **En Cádiz, España**, un grupo de 35 voluntarios ha cultivado 17,000 kilos de verduras que reparten en comedores sociales y otras organizaciones. El proyecto es una iniciativa de Madre Coraje, una asociación que inicialmente quería solidarizarse con las necesidades de Perú y Mozambique y actualmente ha extendido sus fines. Los voluntarios cultivan en terrenos que les fueron donados a la asociación, 70% de la producción la destinan a fines benéficos y el 30% restante se reparte entre los voluntarios, mientras que la asociación aporta el abono y el agua.

- **Hecho en México**. El Gobierno Federal ha emprendido una estrategia para impulsar y fortalecer el mercado interno, así como para proteger el empleo de los mexicanos; dicha estrategia se ha materializado en el Acuerdo en Favor de la Economía Familiar y el Empleo, anunciado el 7 de enero de 2009. Dicho acuerdo contiene 25 acciones para proteger el empleo,

apoyar la economía de las familias mexicanas y procurar la estabilidad económica. Entre las acciones a realizar se encuentra registrar y dar difusión a una nueva marca que contenga el lema: "Hecho en México", a fin de promover la adquisición de productos nacionales.

- **Existe una gran** cantidad de problemas sociales cuyo origen es no adaptar los objetivos y las estructuras a las personas, sino a la inversa.

La economía ha terminado siendo el fin en vez de ser el medio para conseguir una calidad de vida de toda la sociedad. La competitividad exige una velocidad y un sistema a costa, justamente de lo que se dice se quiere conseguir, el estado del bienestar.

¿Qué estado del bienestar, para quién, con qué objetivos? Pensemos seriamente y cuestionemos el que 250 personas tengan tanta riqueza como el resto del mundo.

El reto de la economía solidaria es crear estructuras económicas solidarias no excluyentes, no especulativas, donde la persona y el entorno sean el eje, el fin y no el medio para conseguir condiciones dignas para todas las personas.

La economía solidaria quiere encontrarse con la gente y conocer sus ideas, y presenta este espacio dirigido a todos los sectores sociales, económicos, políticos y particulares, como lugar de encuentro, reflexión, participación, adhesión y comunicación sobre estructuras económicas solidarias con el ser humano, la sociedad y el planeta.

- **Alrededor de 2,7 mil millones** de personas carecen de acceso a servicios financieros básicos. Sin crédito o ahorro muchas personas no pueden obtener préstamos para iniciar ne-

gocios o mejorar sus condiciones de vida. En este punto es donde entran en juego las microfinanzas, ya que el más pequeño de los préstamos puede crear empresas que generen ingresos, enviar a los niños a la escuela, comprar medicinas y alimentos nutritivos o arreglar las goteras del techo.

Microfinanzas: Actúa en donde los bancos tradicionales no están dispuestos a apoyar.

Oikocredit: Es la página de inversionistas que proporcionan fondos para el sector de las microfinanzas, organizaciones de comercio justo, cooperativas y pequeñas y medianas empresas. Tiene 48.000 inversionistas con una red de voluntarios y personal que busca reunir inversiones en 15 países.

- **Fairtrade Foundation:** Es una organización independiente sin fines de lucro creada en 1992. Busca transformar las estructuras comerciales y prácticas a favor de los pobres y desfavorecidos, facilitando las alianzas comerciales basadas en la equidad y la transparencia. Fairtrade, es decir, comercio justo contribuye al desarrollo sostenible de los productores marginados, los trabajadores y sus comunidades. En Fairtrade México, (<http://www.fairtrade.com.mx/>), se defiende al comercio justo promoviendo que los productores formen parte de cooperativas u organizaciones y funcionen democráticamente, que no haya explotación infantil, igualdad entre hombres y mujeres, respeto a los derechos humanos, que el precio que se paga a los productores les permita condiciones de vida dignas, valor de la calidad y la producción ecológica, respeto al medio ambiente, evitar intermediarios entre productores y consumidores, y que éstos últimos conozcan el origen del producto.





## Tecnología Doméstica Profeco (TDP)

El consumo responsable permite pensar y visualizar las consecuencias de nuestro consumo en los demás, tanto en la familia como en la comunidad. Las tradiciones son un ejemplo de identidad y diversidad cultural que se nutre con la pertenencia al núcleo social. En contraparte, el consumismo transforma al individuo y aspira a vivir para sí mismo y no para la sociedad a la que pertenece por naturaleza; por ello, el ser humano como ente social no puede vivir aislado, ya que contribuye con su trabajo y convive con los demás para satisfacer sus necesidades y cumplir sus deseos.

Seguramente participas activamente en las fiestas tradicionales de tu comunidad, quizá desde la planeación y la organización que en ocasiones puede durar ¡hasta un año!, allí colaboras y aportas recursos como: tiempo, habilidades, conocimientos, dinero y materiales. El día de la fiesta es la culminación de la meta que se han propuesto en conjunto, donde seguramente convives y también celebras tu identidad.

La siguiente Tecnología Doméstica Profeco es el ejemplo de las tradiciones heredadas de generación en generación, que dan identidad a las comunidades y, aunque hoy en día ya existe el producto en su versión industrializada, la técnica no deja de ser demandada por las personas que desean preservar sus costumbres y su identidad, haciendo un consumo responsable.

Caducidad:

El pan de muerto tiene una vida útil de tres semanas. Si notas que cambia su color o aparece moho, deséchalo.

Recomendaciones:

- Al momento de amasar no agregues más harina para conseguir que la masa se despegue más fácilmente de la tabla, ya que el pan quedará duro.
- Para preparar el té, hierve en una taza de agua un sobrecito de té de azahar durante 3 minutos. En el caso del anís 4 cucharaditas.

# Pan de muerto

## Ingredientes

- 3 1/2 tazas de harina de trigo (500 g)
- 1 1/4 tazas de azúcar (300 g)
- 1/2 taza de margarina (125 g)
- 1/3 de taza de manteca vegetal (100 g)
- 3 huevos
- 7 yemas de huevo
- 5 cucharadas de agua (75 mL)
- 3 cucharadas de té de azahar (preparado)
- 2 cucharadas de té de anís (preparado)
- 2 cucharadas de ralladura de cáscara de naranja
- 2 sobrecitos de levadura (20 g o 2 cucharadas)
- 1/4 de cucharadita de sal
- 1/2 taza de agua hervida o clorada (125 mL)
- 3 cucharadas de manteca vegetal para engrasar la masa y la charola

## Utensilios

- Brocha para alimentos
- Charola para hornear
- Colador de malla fina
- Cuchara cafetera
- Cuchara sopera
- Flanera
- Plástico para alimentos
- Pocillo pequeño
- Rallador
- Taza medidora
- Tazón de vidrio con capacidad de 4 litros
- Tenedor
- Vaso de vidrio

## Rendimiento

1 pieza de 1 kg

## Tiempo de preparación

5 horas aproximadamente

## Conservación

Una vez que el pan se ha enfriado por completo guárdalo dentro de una bolsa de plástico bien cerrada. Almacénalo en la alacena.

## Caducidad

3 semanas

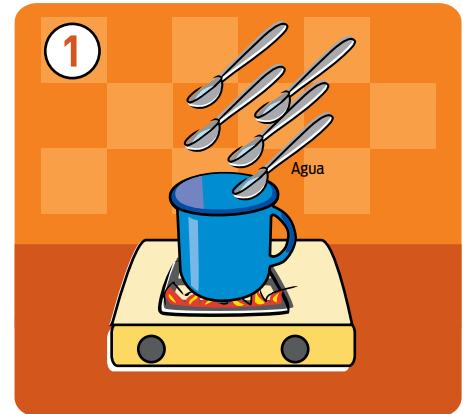
## En las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran estas equivalencias:

- 1 cucharada (TBS: *table spoon*) = 15 mililitros
- 1 cucharadita (*tea spoon*) = 5 mililitros
- 1 taza = 250 mililitros

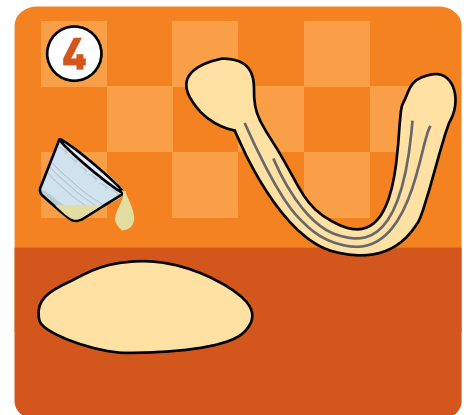
## Validación técnica

Miguel Ángel Meza Vudoyra, maestro en ciencias.

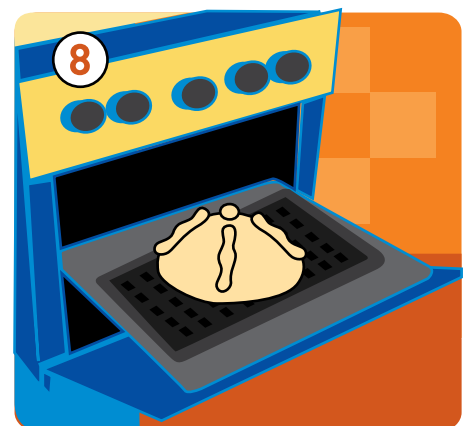
## Procedimiento



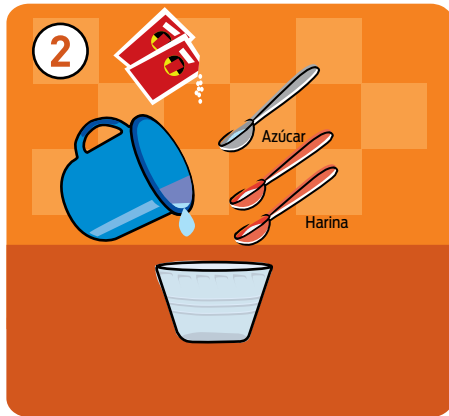
1. Calienta en el pocillo las cinco cucharadas de agua. Debe quedar tan caliente como lo soporte la muñeca (tal como se prueba la leche para un bebé).



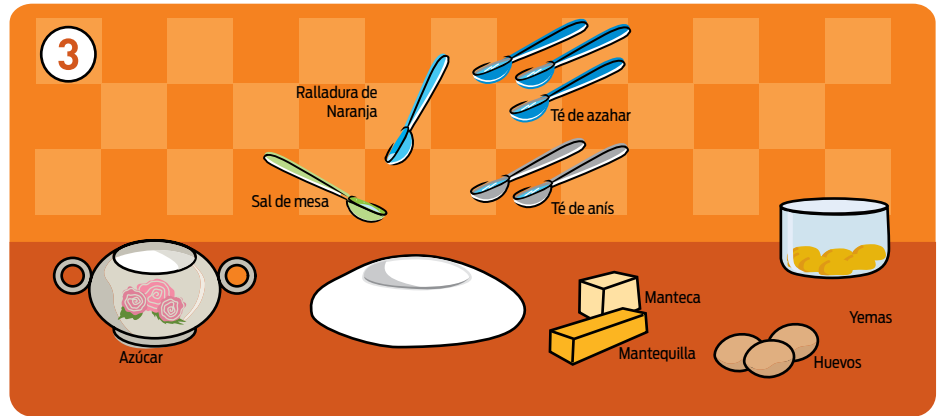
4. Agrega la mezcla de la levadura y continúa amasando y azotando la masa hasta que se despegue tanto de la mesa como de las manos. Debe estirarse aproximadamente 30 centímetros sin romperse.



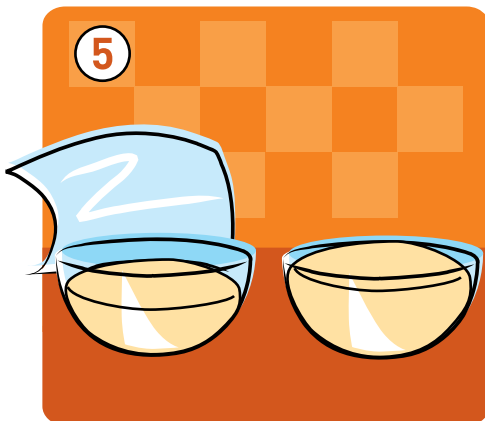
8. Hornea durante 15 minutos a 200°C y disminuye a 170° C por aproximadamente 20 minutos más o hasta que se dore.



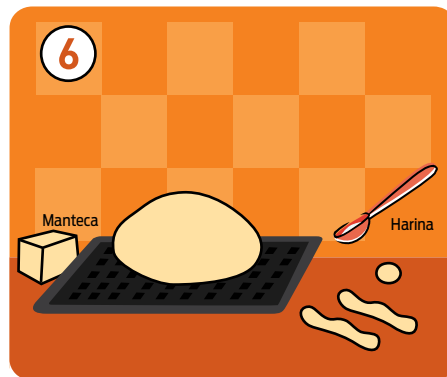
2. En el vaso de vidrio mezcla dos cucharadas de harina, media de azúcar y la levadura. Agrega el agua caliente y agita con ayuda de la cuchara. Aparta esta mezcla.



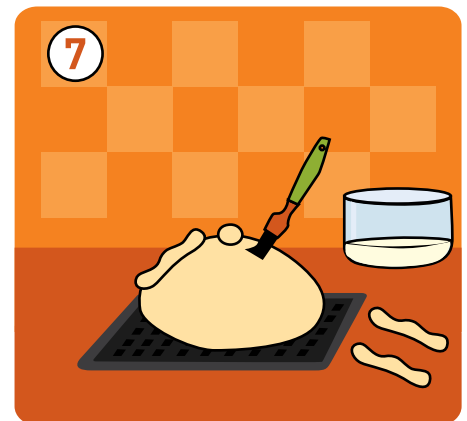
3. Sobre una mesa limpia o tabla de amasar, forma una fuente con el resto de la harina cernida [reserva dos cucharadas para su uso posterior]. Coloca a los lados  $\frac{3}{4}$  de taza de azúcar, la ralladura de naranja, la sal, la manteca y la margarina. Comienza a mezclar con una mano a la vez que agregas al centro las infusiones de anís y azahar, así como los huevos y las yemas. Sigue amasando hasta obtener una masa manejable, aproximadamente 10 minutos.



5. Coloca la masa en un tazón de vidrio, cúbrelo con plástico para alimentos y déjala reposar en un lugar tibio hasta que duplique su tamaño.



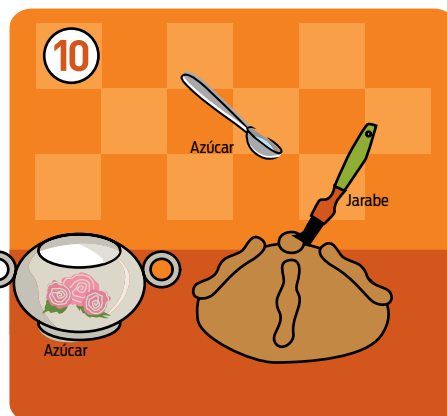
6. Amasa un poco para ponchar la masa y reserva una parte para decorar. Forma una bola grande con la masa y colócala sobre la charola, previamente engrasada con manteca. A la masa que reservaste agrégale una cucharada de harina y amásala un poco. Para hacer los huesitos haz tiras y con los dedos separados presiónalas ligeramente.



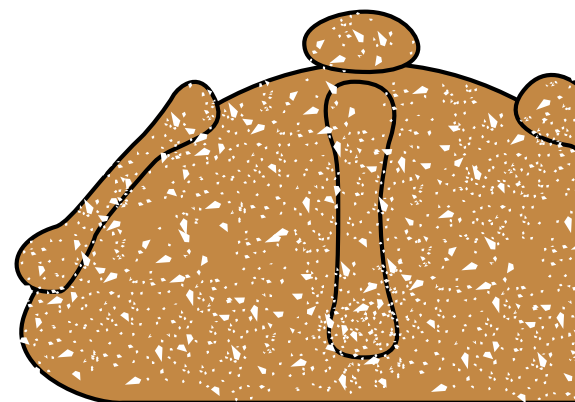
7. Bate el huevo restante y con la brocha pega los huesitos y la bolita del centro. Deja reposar el pan formado en un lugar tibio hasta que duplique su tamaño (aproximadamente 45 minutos).



9. Mientras tanto, para la decoración del pan disuelve una cucharada de harina (de la que reservaste) y una cucharada de azúcar en la  $\frac{1}{2}$  taza de agua. Ponla al fuego y forma un jarabe espeso, moviendo de vez en cuando.

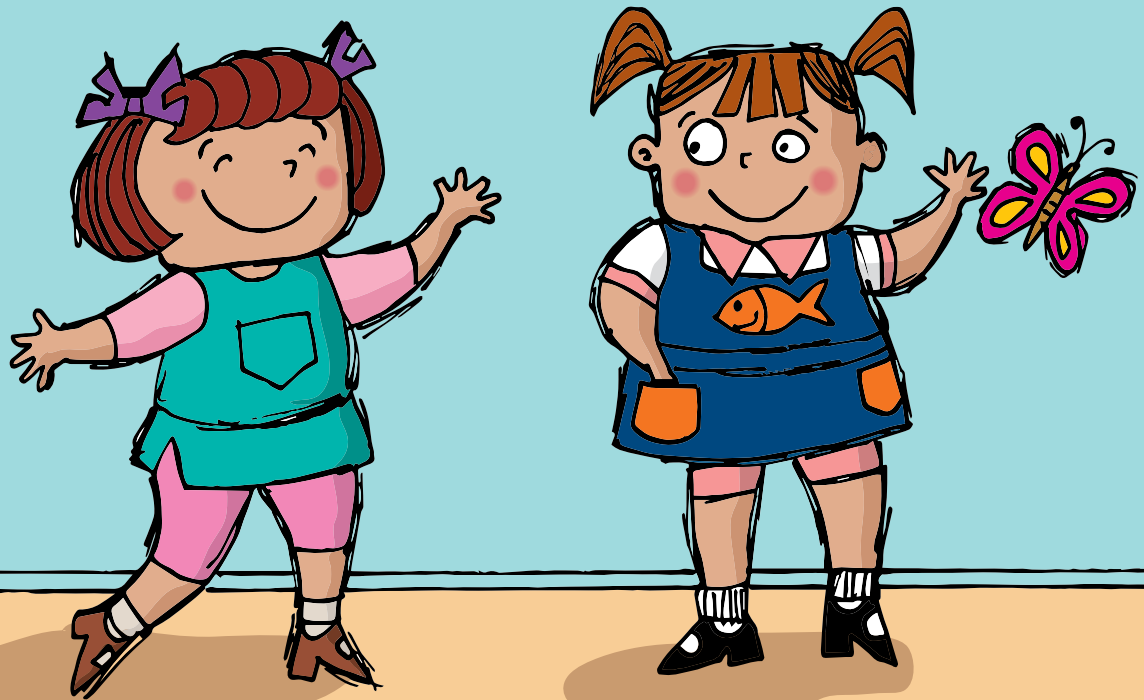
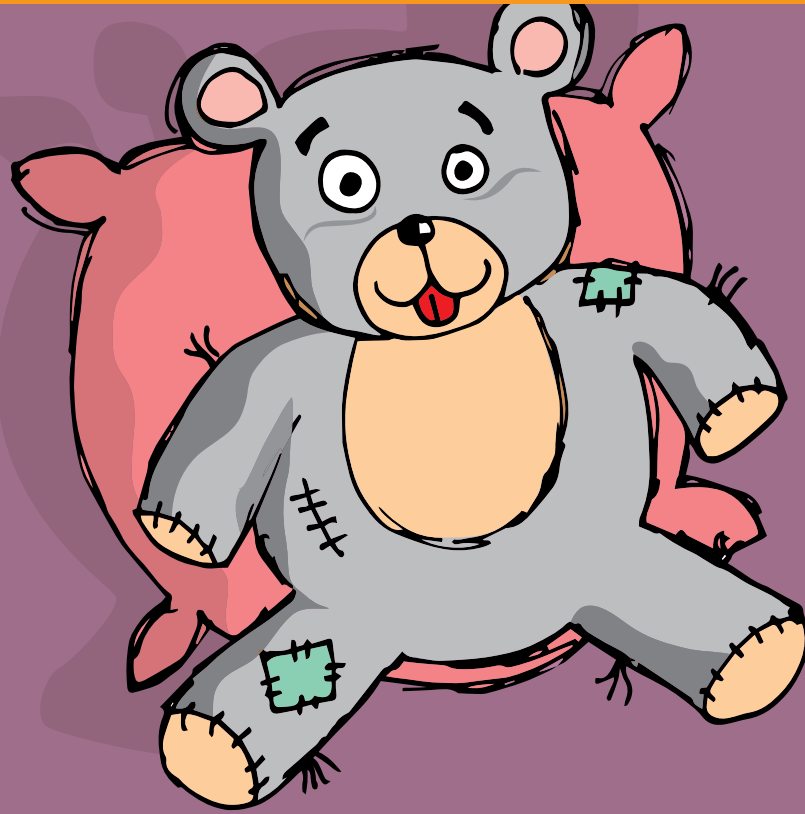


10. Deja enfriar el pan cocido y barnízalo con el jarabe anterior. Espolvorea con el azúcar restante.



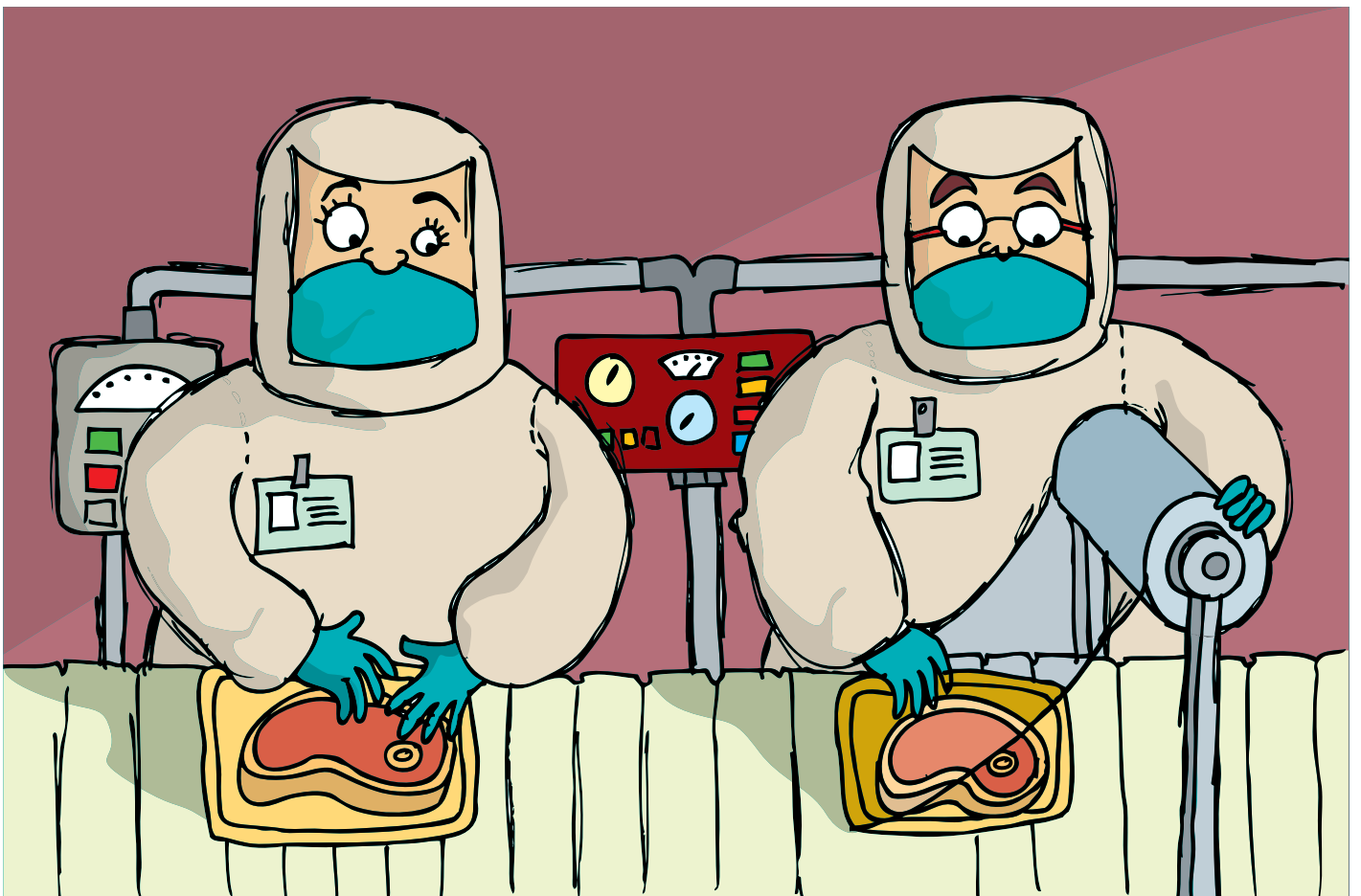


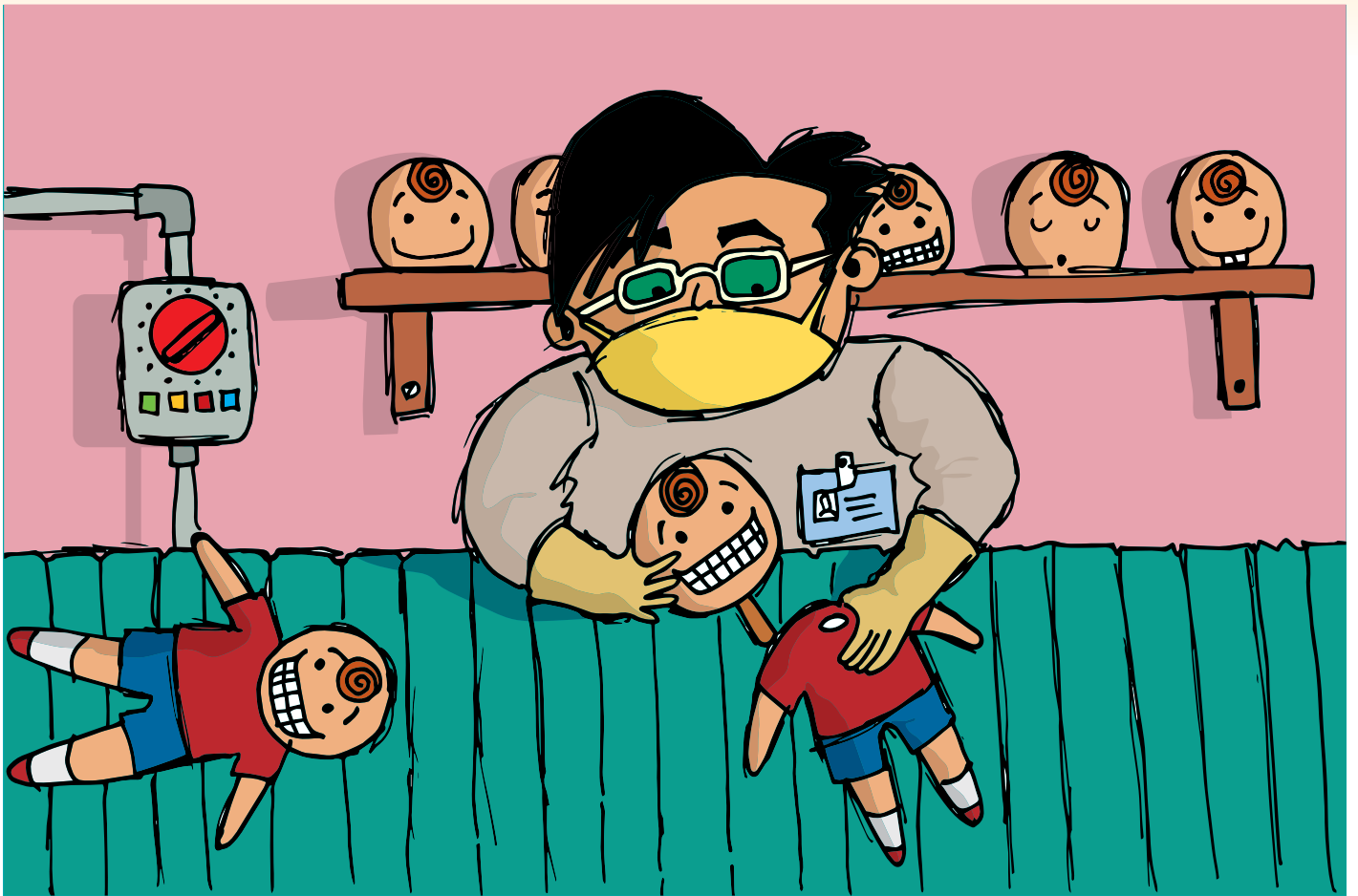
# Urge reparar mi osito





# ¿Quiénes están detrás de lo que compramos?





Amanda





# El consumismo, la caricatura de nuestra sociedad

