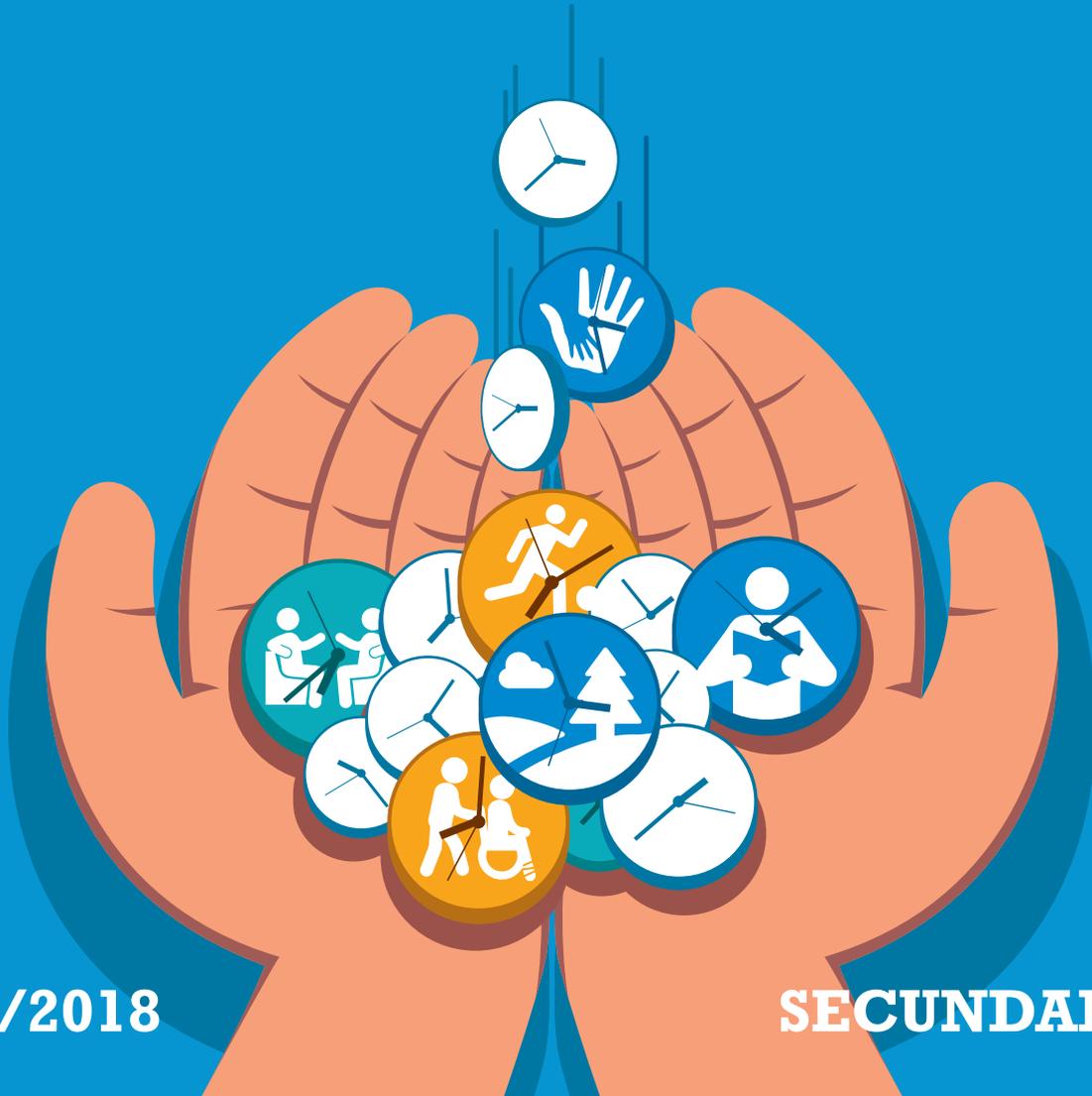


LA VERDADERA FELICIDAD NO CUESTA DINERO



2017/2018

SECUNDARIA

APROVECHA TU TIEMPO LIBRE PARA LO QUE IMPORTA
Ganas tú, gana el planeta y ganamos todos y todas.



CIENCIAS NATURALES - Cursos 1°, 2° y 3°

Ficha para el Profesorado

La presente unidad didáctica trata de aproximar al alumno/a a la reflexión entorno al propio modelo de vida y las repercusiones sociales y ambientales que tiene sobre el entorno próximo (comunidad local) como en el entorno global (comunidad internacional).

Las metodologías a utilizar siguen criterios para trabajar los aspectos curriculares y la Educación para el Desarrollo ya que:

1. Parten de situaciones y/o problemas cercanos al alumnado
2. Incluyen actividades de aprendizaje cooperativo o colaborativo
3. Respeta las diferencias y la diversidad del alumnado
4. Promueve la responsabilidad del alumnado en el proceso de aprendizaje
5. Favorece el pensamiento crítico, el cuestionamiento constructivo
6. Favorece la creación de una atmósfera de convivencia y colaboración en las relaciones personales.

Objetivos específicos

1. Analizar las diferentes medidas para reducir el impacto humano sobre el planeta a diferentes niveles. (individual, vivienda, local, país, global)
2. Interpretar y analizar qué pasaría si todos los países del mundo fueran industrializados.
3. Aprender a argumentar para debatir medidas, a diferentes niveles, para contrarrestar el impacto de la actividad humana.
4. Expresar la propia opinión sobre la situación de la gestión actual de los recursos.
5. Respetar la opinión de los demás, los turnos de palabra e identificar la asamblea como el punto de encuentro de todos los puntos de vista y elemento fundamental de participación democrática.

Contenidos

Conceptos

- Situación medioambiental del planeta
- Desarrollo sostenible
- Efectos del consumismo
- El poder de la publicidad
- Personajes que han contribuido a promover la conciencia sobre los problemas ambientales.

Procedimientos

- Reflexión crítica en relación a la sociedad de consumo y sus características.
- Valorar críticamente modelos de desarrollo.

Actitudes

- Responsabilidad en la toma de decisiones.
- Posicionamiento y reflexión crítica sobre las diferentes alternativas surgidas para compensar el impacto medioambiental de la sociedad de consumo.
- Participación democrática.
- Respeto y protección de los derechos humanos en el día a día.

Contribución a la adquisición de las competencias básicas

Competencias específicas de la materia:

Indagación: Realizar inferencias a partir de textos y videos que permita extraer evidencias de un proceso.

Dimensión social y cívica: Reflexionar sobre las intenciones y las consecuencias de las acciones humanas, individuales y colectivas, y considerar los impactos ambientales y sociales de un determinado modelo tecnológico. Comprender el papel del ser humano en la preservación y salvaguarda del planeta.

Competencias generales:

Comunicativa: argumentar a partir de premisas de forma clara, coherente y persuasiva. Tendrán que demostrar esta competencia en una presentación oral.

Gestión y tratamiento de la información: Búsqueda y selección de información aplicada al estudio de casos, contraste de las valoraciones hechas a partir de datos fruto de la observación con otras fuentes así como acceso a base de datos públicos.

Personal e interpersonal: Desarrollar la conciencia crítica y autorreflexión sobre el propio comportamiento / actitudes sobre el medioambiente.

Conocimiento e interacción con el mundo: Promover la sensibilización sobre los problemas ambientales actuales y actitudes que manifiesten el respeto al medio ambiente. Conocer las principales medidas para reducir el impacto humano.

Temporalización

- 2 sesiones de 50 minutos

Criterios de evaluación

1. Propone medidas correctoras dentro de un marco de desarrollo sostenible fundamentadas y bien argumentadas.
2. Valora la contribución de los hábitos individuales o domésticos en la agudización o mitigación de los problemas a escala global.
3. Reflexiona de manera crítica sobre los diferentes elementos de la sociedad de consumo y sus características y propone alternativas de consumo o actividades económicas relacionadas con la producción de bienes y servicios.

Atención a la diversidad

Adaptaciones curriculares

- a. Prestar atención a aquellos alumnos/as que no puedan seguir el ritmo de la clase y adaptar el trabajo acorde a sus posibilidades.
- b. Utilizar la motivación como elemento clave al inicio de las sesión, hacerles protagonistas de la tarea.

Materiales

- Textos y links especificados en las actividades propuestas
- Ordenador con conexión a Internet

Sugerencias didácticas y actividades propuestas

Introducción: ¿Cómo gestionamos los recursos y a qué dedicamos nuestro tiempo? Mira el siguiente vídeo de "The Gaia Foundation"

https://www.youtube.com/watch?v=fll_Lr5Rf5A



Debate en pequeños grupos las siguientes preguntas:

- ¿Crees que el video refleja el comportamiento de la sociedad actual?
- ¿Te sientes identificado/a con el protagonista de la historia? ¿Por qué?
- ¿Has pensado alguna vez el tiempo que inviertes en estar pendiente del móvil o en ir de compras? ¿Sabrías decir cuánto tiempo inviertes a la semana?
- ¿Qué destacarías de la manera de extraer recursos y de fabricarlos?
- ¿Es más feliz el que más tiene?
- ¿Con quién prefieres ir de compras? Explica por qué.
- Comenta todo aquello que te parezca interesante.

- ¿Cuánto tiempo dedicas a consumir? ¿Cómo es de importante en tu vida? ¿Cómo te afecta y cómo afecta a los otros? ¿Y al medio?

Lee atentamente el siguiente artículo publicado en el diario "EL PAÍS" el 20 de febrero de 2011 y que puedes encontrar en:

http://elpais.com/diario/2011/02/20/negocio/1298213248_850215.html

TRIBUNA:

Consumo insostenible

Las empresas globales no tienen futuro si el planeta Tierra no tiene futuro" (Ryuzaburo Kaku)

El denominador común de la mayoría de nosotros es que trabajamos para sobrevivir, consumiendo los productos y servicios que nos venden las organizaciones que forman parte de nuestra sociedad. De hecho, dado que nuestras vidas se asientan y se desarrollan sobre un sistema monetario, las empresas no nos ven ni nos valoran ni nos tratan como seres humanos, sino como empleados, clientes y consumidores. Es decir, como medios para lograr la que en estos momentos es su finalidad última: garantizar su "supervivencia organizacional", incrementando año tras año sus beneficios económicos.

Y es precisamente esta acción de compraventa de bienes lo que permite que el sistema monetario se perpetúe. Si bien la cantidad y la calidad de nuestras compras están condicionadas por nuestra posición y nuestro salario, para que la economía no se desmorone es necesario que todos sigamos consumiendo. En otras palabras, el fin del consumo significaría el principio del colapso del sistema.

Para elevar ventas y beneficios, las empresas marginan la ética y la responsabilidad social

El paradigma es comprar lo realmente necesario y fabricado con respeto al medio ambiente

Pero ¿de dónde salen todas las cosas que compramos? Para responder a esta pregunta es necesario comprender cómo funciona la denominada "economía de los materiales", un proceso compuesto por varias fases. La primera es la extracción, que en realidad es un eufemismo, pues consiste en explotar los recursos naturales, que a su vez es una manera elegante de referirse a la destrucción de la naturaleza. Estamos talando, minando, agujereando y destruyendo el mundo tan rápido que algunos ecologistas sostienen que la humanidad es el cáncer del planeta Tierra.

La segunda fase es la producción. Y consiste en usar diferentes fuentes de energía para mezclar los recursos naturales extraídos con una serie de componentes tóxicos, a partir de los cuales se fabrican muchos de los productos que consumimos habitualmente. Y dado que a muchas empresas les trae sin cuidado el impacto que tienen estos químicos sobre nuestra salud y sobre el medio ambiente, siguen utilizando este tipo de sustancias dañinas, que en general suelen reducir notablemente sus costes de producción. De momento, el parche que el ámbito empresarial está poniendo a este asunto es trasladar sus fábricas a países en vías de desarrollo.

La tercera fase es la distribución, cuyo objetivo es vender todos estos productos manufacturados lo más deprisa posible. Al haber deslocalizado el sistema de producción -contratando mano de obra muy

barata-, la logística mercantilista actual se ha convertido en uno de los procesos más contaminantes e insostenibles de nuestra economía.

Sea como fuere, da lugar a la cuarta fase: el consumo. Sin duda alguna, se trata del corazón que bombea la sangre que mantiene con vida al sistema monetario.

Con la finalidad de incrementar sus ventas y, por tanto, sus beneficios, las empresas suelen tomar decisiones movidas por su instinto de supervivencia, marginando la ética y la responsabilidad social corporativa. De hecho, muchas organizaciones cuentan con un departamento de diseño industrial, encargado de que todos sus productos se elaboren con materiales baratos y de mala calidad, de manera que tengan un tiempo de vida determinado. La consigna es “diseñado para ser desechado”. Esto es obvio si pensamos en las bolsas de plástico o los tetrabriks de cartón. Sin embargo, también ocurre con muchas de las cosas que consumimos.

En estrecha complicidad y colaboración con los fabricantes, los objetos que compramos están diseñados y elaborados de forma intencionada para que se rompan, descompongan o dejen de funcionar rápidamente, coincidiendo con la expiración del periodo de garantía. En general, el hecho de que de pronto se nos estropee el móvil, el ordenador, la cámara digital o la televisión no es un accidente. Es el resultado de una estrategia de fabricación bien pensada, que en el ámbito empresarial se denomina “obsolescencia planificada”.

Esta es la razón por la que la gente que lleva más tiempo viviendo se sorprende al constatar cómo los productos de hoy, supuestamente producidos mediante procesos y mecanismos alineados con los últimos avances tecnológicos, duren muchísimo menos que los fabricados hace cincuenta años. Es frecuente escuchar la comparación que se hace entre los coches contemporáneos y los automóviles de los años cincuenta, muchos de los cuales siguen transportando a personas en países como Cuba. A diferencia de antaño, el mundo de hoy se ha convertido en un negocio, en el que las empresas se las ingenian de todas las maneras posibles para conseguir que el ciclo del consumo se perpetúe.

Sin embargo, ni siquiera a través de esta estrategia el nivel de consumo alcanza los ratios necesarios para lograr la autopreservación de las organizaciones y, en consecuencia, del sistema económico sobre el que estas operan. De ahí que las empresas, por medio del marketing y la publicidad, motiven a la sociedad a comprar, desechar y reemplazar sus bienes de consumo a un ritmo cada vez más acelerado. El objetivo es infundir en los consumidores el deseo de poseer productos más nuevos, un poco mejores y un poco antes de lo necesario. A este fenómeno psicológico se le denomina «obsolescencia percibida».

Curiosamente, la propaganda de la sociedad de consumo actual ha llegado a convencernos de que, llegado el caso, desechemos objetos que todavía son perfectamente útiles. Es decir, de que tomemos decisiones alineadas con nuestros caprichos y deseos, dejando en un segundo plano el sentido común, que es el que nos permite utilizar el dinero para saciar nuestras verdaderas necesidades humanas. La paradoja es que el deseo nos enchufa a una ficción construida sobre lo que no tenemos, impidiéndonos valorar y disfrutar lo que sí está a nuestro alcance.

La quinta y última fase de la “economía de los materiales” es la eliminación. Es decir, el proceso de destrucción de las toneladas de basura que acumulamos cada día. Actualmente, lo más común es incinerarla o enterrarla, lo que a su vez contamina y daña gravemente la salud del planeta. Aunque el reciclaje está en auge, todavía está lejos de poder solucionar este problema. Más que nada porque se estima que de todos los materiales que intervienen en el proceso de extracción, producción, distribución y consumo, tan solo el 1% sigue estando en uso seis meses después de ser vendido. Es decir, que el 99% restante se transforma en basura, provocando que el mundo esté convirtiéndose, lenta pero paulatinamente, en un gran estercolero.

Dada la ineficiencia e insostenibilidad de esta “economía de los materiales”, cada vez más sociólogos y economistas están alzando la voz para afirmar una verdad incómoda: que si bien el sistema monetario

-a través de la necesidad de un consumo cíclico- genera crecimiento económico, lo está consiguiendo a costa de la insatisfacción de la sociedad y la destrucción del planeta. Sorprendentemente, cuanto más infelices somos, más consumimos. Y cuanto más consumimos, más infelices somos. Esta paradoja seguirá gobernando nuestro estilo de vida mientras no cuestionemos los fundamentos del "viejo paradigma económico", que nos vende la gran mentira de que el materialismo nos conduce hacia la felicidad.

En paralelo, uno de los grandes retos que propone el "nuevo paradigma económico" es que adoptemos la filosofía del "consumo consciente". Es decir, comprar lo que verdaderamente necesitamos (y no lo que la publicidad me hace desear), al tiempo que desarrollamos una mayor conciencia ecológica, informándonos acerca de si lo que consumimos se fabrica respetando el medio ambiente. Como consumidores, lo mejor que podemos hacer es apoyar el consumo ecológico en toda la gama de productos y servicios que ofrece en la actualidad.

Y es que para que las organizaciones trasciendan su instinto de supervivencia, primero hemos de cambiar individualmente nuestra manera de consumir. Es decir, dejando de hacerlo por impulsos y comenzando a movernos por valores. Y esto es algo que forma parte de una ley económica inmutable: las corporaciones empresariales no se preocupan hasta que lo hacen primero los consumidores. Cuanto más se despierte esta consciencia en la sociedad, más rápidamente deberán cambiar y evolucionar las organizaciones para adaptarse y sobrevivir económicamente. Lo queramos ver o no, la revolución está en nuestras manos.

El autor del artículo acaba diciendo que "la revolución está en tus manos".

Para cambiar las cosas hace falta tiempo, de pedimos que reflexiones sobre a qué dedicas tu tiempo contestando a las preguntas que hacíamos al inicio:

- ¿Cuánto tiempo dedicas a consumir? ¿Cómo es de importante en tu vida? ¿Cómo te afecta y como afecta a los otros? ¿Y al medio?



- Compártelo con el grupo clase.

Carta del jefe Noah Sealh

Os proponemos que miréis ahora el video que os planteamos a continuación:

En el año 1854, el jefe (de los Seattle, pueblo originario de Norte América) Noah Sealh escribió una carta al presidente americano Franklin Pierce, que pretendía desposeer a los indios en sus tierras. Noah Sealh, con su respuesta al presidente, creó el primer manifiesto en defensa del medio ambiente y la naturaleza que ha perdurado en el tiempo.

<https://www.youtube.com/watch?v=2Thpt1UnzrY>

Para reflexionar:

- ¿Conoces algún caso de personas desposeídas de sus tierras o su casa para un uso o explotación industrial o comercial?
- ¿Crees que es vigente la carta del jefe indio? ¿Por qué?
- ¿Crees que en tu centro escolar podrías sugerir algunas medidas que ayuden a aumentar la consciencia de cuidar el medio ambiente? ¿Cuáles?