



Actividades para celebrar el Día sin Compras 2017



Área de Consumo

consumo@ecologistasenaccion.org





Queridas compañeras y compañeros del Área de Consumo

El próximo 24 de noviembre se celebra, el Día sin Compras, Ecologistas en Acción participa desde hace años una campaña para visibilizar los impactos del consumismo irresponsable y para proponer como alternativa un consumo transformador. Sin embargo, este año la campaña estará centrada en la relación entre felicidad y el consumo a través de la campaña. **Consumimos felicidad?**

Desde hace veinticuatro años, cada último viernes de noviembre se celebra a nivel internacional el Día sin Compras, una jornada que, coincidiendo con el Viernes Negro, cuestiona el actual modelo de producción y consumo y apunta hacia un sistema que ni hace felices a las personas ni está destinado a satisfacer sus necesidades.

Desde el Área de Consumo se ha trabajado ampliamente en visibilizar los impactos sociales y medioambientales de un modelo de sociedad basado en el consumo pero creemos oportuno hacer una investigación sobre los efectos de la sociedad consumista en el bienestar social y en la felicidad de cara a transformar nuestro modelo de consumo centrado en la cobertura de necesidades humanas básicas con criterios de sostenibilidad, justicia y... felicidad.

Todos los estudios sobre la percepción de felicidad manifiestan claramente que la base de la satisfacción son las relaciones sociales de calidad, así como vivir en comunidades igualitarias en lo material y un nivel de renta suficiente para cubrir nuestras necesidades. Sin embargo, una vez superado un cierto nivel de riqueza y, por tanto de consumo, el incremento de ingresos no supone un incremento en la percepción de bienestar sino que incluso decrece. Por tanto, poner esto en valor, a la vez supone un acicate para buscar estilos de vida más sostenibles, una cultura de suficiencia sujeta a los límites del planeta. Vivir más sencillamente en lo material pero con relaciones humanas más complejas y ricas.

Desde Ecologistas en Acción llevamos trabajando en la recopilación de alternativas de consumo transformador. Son los **Ingenios de Producción Colectiva**, o también podríamos decir Ingenios de Producción Colectiva y de Felicidad...

A continuación os explicamos los materiales de los que dispondrá la campaña para que los podáis solicitar y realizar actividades en vuestros territorios.

Si os animáis a montar algo relacionado con el Día sin compra 2017 es importante que lo comunicéis al correo consumo@ecologistasenaccion.org, para dar mayor difusión a las cosas que se hagan.



MATERIALES DE LA CAMPAÑA: ¿CONSUMIMOS FELICIDAD?

Exposición de 10 carteles

Se han diseñado 10 posters para dar a conocer la campaña. Se puede solicitar los posters o bien los documentos para imprimir. También se dispone de las maquetas para que se puedan traducir a los idiomas de los distintos territorios.



- **Informe de investigación: Consumo y Felicidad.** Informe de investigación documental y bibliográfica sobre el tema de estudio.
- **Tríptico de la campaña.** Se ha elaborado un tríptico divulgativo sobre la campaña, con datos del informe de investigación realizado.
- **Blog de la campaña:** <https://consumimosfelicidad.wordpress.com/>

Todos los materiales estarán en la web de Ecologistas y en el blog.



Otras actividades para el DSC 2017

Organizar un ciclo de cine o un videoforum sobre el tema

Objetivo: Cuestionar el modelo de consumo y sus efectos sociales, ambientales y sobre nuestro bienestar, a través del cine.

Público: Para todos los públicos.

Metodología: Hacer una pequeña presentación de los cortos, documentales o películas que se vayan a proyectar. Tras la presentación, dinamizar el debate que surja después.

Difusión: Dependiendo del tipo de público al que nos queramos dirigir. Carteles colocados en sitios estratégicos que se tenga constancia de que van a durar cierto tiempo (bares, asociaciones), convocatorias vía mail...



Algunos títulos para consumo, alternativas y felicidad:

- Stop! Rodando el cambio (97 min), 2012
<https://www.filmaffinity.com/es/film859107.html>
- Frágil equilibrio (80 min), 2016 <https://www.filmaffinity.com/es/film859107.html>
- Decrecimiento, del mito de la abundancia a la simplicidad voluntaria (86 min) 2015, <https://www.filmin.es/pelicula/decrecimiento-del-mito-de-la-abundancia-a-la-simplicidad-voluntaria>
- Concursante (88 min), 2007. Drama psicológico.
<https://www.filmaffinity.com/es/film525053.html>
- La teoría sueca del amor, 2015 (90 min). Versión original con subtítulos.
<https://www.filmin.es/pelicula/la-teoria-sueca-del-amor>



Organizar una feria de experiencias colectivas de consumo

Objetivo: dar a conocer alternativas sostenibles y colectivas que se desarrollan en nuestros territorios para la cobertura de necesidades básicas. Relacionar las distintas alternativas con la satisfacción y la felicidad que aportan.

Público: para todos los públicos

Metodología: Hacer una recopilación de alternativas de consumo que hay en nuestra localidad (grupos de consumo, bancos de tiempo, finanzas alternativas, cooperativas energéticas, asociaciones de comercio justo, redes de economía social y solidaria, etc. y solicitar su colaboración para participar en la feria.

Organizar un espacio con mesas para la exposición de las distintas alternativas. Se puede completar con una mesa redonda para profundizar más en las experiencias participantes.

Solicitar permiso municipal si se organiza la feria en un espacio público

Difusión: carteles, nota de prensa en medios locales y estatales, redes sociales, trípticos/flyers, información en la web, lista de contactos personales,...

ipe INGENIOS DE PRODUCCIÓN COLECTIVA *Alternativas de consumo* ecologistas en acción

Alimentación	Trabajo	Movilidad	Comunicación	Textil	Hogar
Cuidados	Vivienda	Financiación	Ocio	Salud	Educación

Ingenios de Producción Colectiva
<http://ecologistasenaccion.org/article21782.html>



Organizar una mesa redonda sobre Consumo y Felicidad

Objetivo: Dar a conocer la relación que tiene la felicidad y el consumo contando con expertos en la materia.

Público: para todos los públicos

Metodología: Contactar con varias personas expertas en distintos aspectos del tema, consensuar los tiempos que cada uno va a exponer y dinamizar el debate tras las charlas.

Difusión: carteles, nota de prensa en medios locales y estatales, redes sociales, trípticos, carteles, mails, web, contactos personales,...

Cómo montar una acción Todo Gratix

Objetivo: Mostrar, a través una acción divertida para los activistas que la llevan a cabo, una crítica al modelo de consumo.

Público: Público en general, aunque sugerimos llamar la atención del público joven a través de música ambiente.

Metodología: Pedir permiso municipal para montar una mesa en la calle con 10 días de anticipación al acto, en la mesa se deben presentar todo tipo de objetos que aportemos e incluso algún producto como Coca-cola o similares. En la mesa es importante desplegar un cartel grande que indique: TODO GRATIS
Los activistas serán contravendedores, los compradores que quieran algo de la mesa deberán convencernos de la necesidad del producto para poderlo coger gratix.
Se repartirán trípticos y documentos que hagan una crítica al actual modelo de hiperconsumo.

Difusión: Carteles, alguna pequeña nota de prensa para medios locales. Quizás sea interesante si se dispone de medios y tiempo el poder dar difusión en institutos a través de carteles.

Organizar una acción de calle reivindicativa

Objetivo: Diseñar una acción comunicativa y creativa para visibilizar los efectos de la sociedad de consumo y la relación con estilos de vida individualistas y que generan infelicidad.

Público: para todos los públicos, viandantes de zonas públicas.

Metodología: Diseñar la acción, contar con un número de personas suficiente para que la acción resulte vistosa. Buscar un lugar céntrico de gran afluencia comercial. Solicitar permiso al ayuntamiento para hacer la acción y convocar a los medios de comunicación para que cubran la noticia.

Difusión: nota de prensa en medios locales y estatales, se difundirán por redes sociales a posteriori de la acción, se puede aprovechar para repartir trípticos y flyers...



Aplastadxs por el Black Friday, 2016



Infelices Consumidorxs, 2010



Cómo hacer una acción “bocatas con mensaje”

Objetivos: Una forma lúdica de responder a los mensajes publicitarios en soportes urbanos que día tras día nos muestran un modelo de consumo edulcorado e insostenible.

Público: Personas cansadas de recibir impactos publicitarios.

Metodología: La acción consiste en pegar sobre la publicidad unas pegatinas en forma de “bocadillo” de comic. Las pegatinas, en blanco, se colocan sobre algún modelo publicitario con el fin de que, posteriormente, cualquier viandante pueda escribir encima lo que el modelo dice al público.

Esta propuesta surge de una iniciativa llamada The Bubble Project, con la pretensión de crear un debate entre la publicidad que inunda nuestras calles y la ciudadanía.

Pasos a seguir:

- ▶ 1) Imprimir en una hoja autoadhesiva los “bocadillos” que sirven a los personajes de los comics para hablar.
- ▶ 2) Pegar sobre una publicidad el bocadillo sobre algún modelo publicitario. Ya solo queda esperar a que algún viandante deje su impronta en el bocadillo. Sería interesante hacer un seguimiento del lugar y fotografiar el resultado para luego poderlo difundir.

Material del que se dispone:

- Podéis encontrar información y materiales sobre este proyecto en la página Web de The Bubble Project: www.thebubbleproject.com
- También en la página de [ConsumeHastaMorir](#) podeis encontrar algunos [ejemplos](#)



The Bubble Project



Cómo realizar un teatrillo anticonsumista con niñas y niños

Objetivo: Vivenciar impactos sociales y ambientales del modelo de consumo exacerbado dominante.

Público: Niños y niñas, preferentemente cercanos a movimientos sociales y ecologistas. Pueden participar adultos, mezclándose con los peques en grupos intergeneracionales.

Metodología:

- ▶ Se dividen a los participantes en pequeños grupos. A cada grupo se le asignará un tema a trabajar y los roles a representar con un mínimo de pautas para que se reflejen los aspectos que queremos trabajar en las representaciones. Es aconsejable que el monitor siga de cerca el proceso creativo para guiar y motivar al grupo y evitar dispersiones. Ejemplos de temas: consumo y residuos, consumo en familias de diferentes países, consumo y necesidades, etc.
- ▶ Después se llevarán a cabo las representaciones por grupo, ejerciendo el resto de grupos como público.
- ▶ Finalmente se hará una puesta en común de lo vivenciado como actores y actrices, como de público.
- ▶ Disponer de ropas para disfraces, pinturas, máscaras, etc., facilitará el desarrollo de la actividad. Una variante es pintarse las palmas de las manos con ceras manley y representar un guiñol sólo con las mismas.
- ▶ Lo ideal es que esta actividad se enmarque dentro de un proyecto para complementar con otras actividades que aporten mayor contenido teórico.

Difusión: Dependiendo del tipo de público al que nos queramos dirigir. Trípticos, carteles, mails, web, contactos personales,...





Cómo organizar un mercadillo de trueque

Objetivo: Mostrar de manera práctica otras formas de economía alternativas.

Público: Convocatoria a un público local con cierta sensibilización. Contactos previos con personas de colectivos sociales, ecologistas, etc. para asegurar una participación suficiente en el mercadillo.

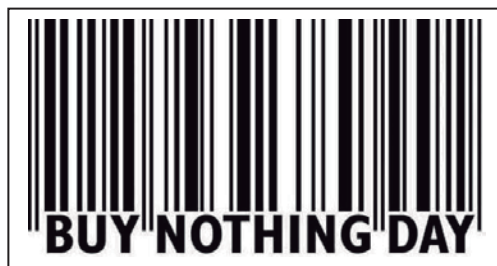
También se podría organizar un mercadillo de trueque infantil.

Metodología:

- ▶ Elaborar un documento de difusión en el que se justifique el objetivo del trueque y vincularlo a la Campaña DSC.
- ▶ Difundir ese documento entre los colectivos cercanos para fomentar la participación.
- ▶ Como complemento, en la medida de las posibilidades y circunstancias locales, se puede dar una charla previa (motivos del trueque, normas de intercambio, cómo funciona una cooperativa de trueque, etc.).
- ▶ También se puede proyectar previamente un documental o una película sobre el tema del trueque...
- ▶ Acordar el horario del mercadillo con hora de comienzo y finalización.
- ▶ Finalizar la jornada con una fiesta, actuación, cuentacuentos, comida colectiva, etc. Si a estas actividades se les da un contenido sobre el DSC, mejor.
- ▶ Necesidad de que haya una o varias personas que se encarguen de dinamizar y contabilizar los intercambios que se efectúen.

Difusión: Contactar con distintas asociaciones locales. Elaborar una nota de prensa, radio, etc. especialmente a medios locales. Utilizar también redes informales de información. Anuncio en la página WEB de Ecologistas en Acción y de otros colectivos.

Material: Un espacio, al aire libre (lo más céntrico posible) o un local cerrado. Telas, papel y/o alfombrillas para instalar los objetos del mercadillo. Tarjetas y rotuladores para dar valor a los objetos. Lo necesario para la actividad de cierre/fiesta.





Cómo montar un taller Excursión al Carritur

Objetivo: Aportar un enfoque crítico al papel de los centros comerciales y grandes supermercados, aprendiendo algunas de las tácticas de venta y marketing que estos espacios despliegan.

Público: Consumidores habituales, amas de casa, adolescentes, asociaciones de vecinos, colectivos sociales...

Metodología:

- ▶ El taller consiste en visitar un centro comercial o supermercado con el fin de analizar algunas de las estrategias que utilizan para que el consumidor compre más de lo que previamente había pensado.
- ▶ Las personas que participan se dividen en grupos de tres. Una persona por grupo lleva un cuadernito para ir apuntando. En el supermercado o centro comercial y se van anotando las estrategias que se perciben. Para hacerlo se invierten unos 20 minutos.
- ▶ Luego, una vez fuera, se ponen en común las estrategias recopiladas y se intenta ordenarlas de más a menos efectivas.

Difusión: Dependiendo del tipo de público al que nos queramos dirigir. Carteles colocados en sitios estratégicos que se tenga constancia de que van a durar cierto tiempo (bares, asociaciones), convocatorias vía mail...

Material del que se dispone:

- ▶ En la página de [ConsumeHastaMorir](http://www.consumehasta morir.org) se pueden encontrar algunas [recomendaciones y ejemplos para realizar el taller](#)

Los mitos de las Grandes Superficies ¿Por qué compras en una gran superficie? 8 falsas razones

<http://www.ecologistasenaccion.org/article6407.html>





Cómo organizar una exposición de Contrapublicidad

Objetivo: Mostrar, a través de carteles contrapublicitarios, una crítica a la publicidad y el modelo de consumo.

Público: Colegios, instituciones, asociaciones de vecinos/as, colectivos sociales...

Metodología: Descargar de Internet los carteles de contrapublicidad, imprimirlos y colocarlos. También es posible solicitar la exposición a Ecologistas en Acción, previa reserva y por un periodo de 30 días.

Difusión: Dependiendo del tipo de público al que nos queramos dirigir. Carteles colocados en sitios estratégicos que se tenga constancia de que van a durar cierto tiempo (bares, asociaciones), convocatorias vía mail...

Material del que se dispone:

- ▶ Exposiciones de contrapublicidad de ConsumeHastaMorir. (ver carteles en www.consumehastamorir.org)
- ▶ Exposición de contrapublicidad Malababa (ver carteles en www.malababa.org)

Cómo conseguir el material:

- ▶ Para solicitar la descarga de los materiales o la cesión de una exposición, escribe a consume@letra.org

¡Recordad! Si os animáis a montar algo relacionado con el Día Sin Compra es importante que lo comunicéis al correo consumo@ecologistasenaccion.org, para dar mayor difusión a las cosas que se hagan

Andalucía: 954 90 39 84

andalucia@ecologistasenaccion.org

Aragón: 629 13 96 09 - 629 13 96 80

aragon@ecologistasenaccion.org

Asturies: 985 36 52 24

asturias@ecologistasenaccion.org

Canarias: 928 36 22 33 - 922 31 54 75

canarias@ecologistasenaccion.org

Cantabria: 608 95 25 14

cantabria@ecologistasenaccion.org

Castilla y León: 983 21 09 70

castillayleon@ecologistasenaccion.org

Castilla-La Mancha: 608 82 31 10

castillalamancha@ecologistasenaccion.org

Catalunya: 648 76 11 99

catalunya@ecologistesenaccio.org

Ceuta: 956 50 32 64

ceuta@ecologistasenaccion.org

Comunidad de Madrid: 915 31 27 39

madrid@ecologistasenaccion.org

Euskal Herria: 944 79 01 19

euskalherria@ekologistakmartxan.org

Extremadura: 638 60 35 41

extremadura@ecologistasenaccion.org

La Rioja: 941 24 51 14 - 616 38 71 56

larioja@ecologistasenaccion.org

Melilla: 951 40 08 73

melilla@ecologistasenaccion.org

Navarra: 659 13 51 21

navarra@ecologistasenaccion.org

País Valencià: 965 25 52 70

paisvalencia@ecologistesenaccio.org

Región Murciana: 968 28 15 32 - 629 85 06 58

murcia@ecologistasenaccion.org

