

SESIÓN 5: Cómo comprar menos, ahorrar dinero y vivir más libremente

1. Página de bienvenida.

¡Bienvenida a su quinta sesión del módulo de Sostenibilidad!

Te tomará una hora y media completarla, así que asegúrate de estar bien cómoda, tener una buena taza de té a tu lado (¡y tal vez un snack si lo necesitas!).

Para esta sesión vas a necesitar:

- Un dispositivo con acceso a Internet y audio.
- Tú cuaderno MAMA RISE y un bolígrafo.
- Rotuladores, lapice de color o acuarelas para la última actividad creativa.

Índice de contenidos

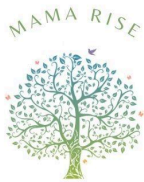
- ¿Qué es minimalismo?
- Desconectarnos de la falsa urgencia de la publicidad.
- ¿Y cuándo necesito comprar algo?
- ¿Cómo elegir empresas éticas?
- ¿Cómo identificar el Greenwashing?

Después de esta sesión serás capaz de:

- Entender lo que realmente significa el minimalismo.
- Identificar los mensajes que nos animan a comprar.
- Identificar nuevas formas de consumir menos y mejor.
- Compartir lo que has aprendido con otras personas.

¿Lista? ¡Vamos allá!

2. Introducción a la sesión



En esta sesión podrás profundizar tu comprensión sobre el concepto de minimalismo y quizás romper con los estereotipos que puedas tener sobre este estilo de vida.

También podrás reflexionar y conocer otra forma de adquirir objetos y cómo evaluar tus necesidades antes de comprarlos.

Finalmente, profundizaremos en el concepto de greenwashing para convertirnos en consumidores más críticos.

3. ¿Qué te sugiere el título de esta lección?

¿Crees que es posible aprender a consumir menos y mejor? ¿Alguna vez has pensado que vivir de una forma más sostenible significaba ahorrar dinero y disfrutar más de tu tiempo? Tómame de 5 a 10 minutos para reflexionar sobre estas preguntas y respóndelas honestamente.

4. Contenido de aprendizaje

¿Qué es el minimalismo?

Cuando piensas en minimalismo, puedes pensar en casas medio vacías, ropa gris, desafíos para deshacerte de X cantidad de objetos en X días o un “título” que nunca conseguirás porque es demasiado complicado.

En esencia, el minimalismo es una invitación a revisar la relación que tenemos con nuestras pertenencias y objetos con los que habitamos, nuestra manera de consumir cosas nuevas y todo lo que nos distrae de lo que nos da tranquilidad y bienestar.

Es una forma de dejar ir aquello que no te hace bien y, por tanto, es una actitud de honestidad y revisión continua. Así que ningún desafío, vídeo o libro te convertirá en minimalista si primero no te preguntas por qué quieres las cosas que preferirías no tener en casa.



✍️ ¿Acumulas objetos que en realidad no te gustan o te resultan inútiles?
¿Crees que sería más fácil si mantuvieras cierto orden y limpieza en casa si te deshicieras de algunas cosas?

Desconectarnos de la falsa urgencia de la publicidad.

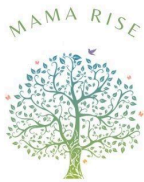
Un buen primer paso es limitar nuestra exposición a todos los reclamos publicitarios que nos tientan con promesas de placer que no se cumplen (o se cumplen, pero sólo por un momento).

Hay muchas cosas que puedes hacer para evitar estas compras de las que luego te arrepientes (porque no las usas, porque ocupan espacio, porque realmente no te gustaron tanto):

- Deja de seguir determinados perfiles en redes sociales que suelen provocarte esa necesidad urgente de comprar algo.
- Deja de suscribirte a boletines comerciales.
- Elimina de tu teléfono apps de marcas a las que ingresas para distraerte con algo.
- Reduce el tiempo que pasas frente a una pantalla.
- No te detengas en los escaparates si te tientan.
- Finge que no sabes que hay empresas como Amazon o Glovo que te llevan el artículo a tu puerta casi de inmediato.

Cuando nos liberamos de muchos de estos estímulos podemos apreciar todo lo que tenemos, podemos tener más conversaciones que no giren en torno a las posesiones materiales, podemos sentir que lo que poseemos no tiene nada que ver con lo que valemos. En definitiva, podemos sentirnos mucho mejor.

👉 ¿Ha identificado cuáles son sus mayores fuentes de llamadas de compra?
¿Por dónde podría empezar a reducir su exposición a ellos?



¿Y cuándo necesitas comprar algo?

Cuando detectamos una necesidad (un abrigo, un ordenador, una mesa, una plancha), debemos mirar esa necesidad y plantearnos cómo podemos satisfacerla.

Le recomendamos que primero se pregunte "¿realmente necesito esto?" y trata de ser honesto contigo mismo. Si la respuesta es sí, entonces espera. Una semana, dos, tres.

A veces, durante ese tiempo, te darás cuenta de que realmente no lo necesitas porque ya tienes algo que puede satisfacer esa necesidad.

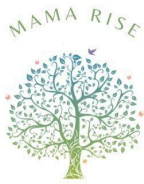
Si después de esa espera razonable aún necesitas ese objeto, busca la manera de conseguirlo sin comprar nada nuevo. ¿Por qué? Porque cualquier objeto, por simple que parezca, tiene detrás un proceso de extracción, transformación y transferencia de recursos cuyo impacto ambiental y social es difícil de cuantificar. Por eso, en la medida de lo posible, intenta siempre pedir prestado, comprar de segunda mano o alquilar. Cada vez hay más plataformas que hacen esto posible.

¿Y cuando necesitas algo que tiene que ser nuevo? Digamos ropa interior, zapatos, protector solar, un diario o champú. Entonces podrás preguntarte a quién le das tu dinero.

Cómo elegir empresas éticas (cuando sea posible).

Cuando buscas algo nuevo, lo primero que puedes hacer es buscar online en directorios de marcas sostenibles. Si no encuentras lo que buscas, puedes buscar en Google el nombre del artículo seguido de palabras como "vegano", "ético", "eco" o "sostenible". Cuando entras en una tienda online puedes buscar el apartado 'Quiénes somos' para saber a quién le darás tu dinero. Si explica quién está detrás, cómo y dónde fabrican sus productos y qué certificaciones tiene, siga navegando.

Aun así, te recomendamos fijarte siempre en la descripción de los productos para asegurarte de los materiales con los que están fabricados, su



procedencia y los cuidados que requieren (¿tiene sentido que compres una prenda que sólo se puede lavar en seco?).

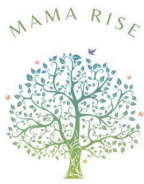
Cómo identificar el greenwashing

¿Has oído hablar del greenwashing? Es el marketing con el que determinadas empresas presentan públicamente una imagen de compromiso medioambiental cuando en realidad su actividad es perjudicial para la vida en el planeta.

Por ejemplo, podría ser cuando los logotipos y restaurantes McDonald's sean verdes, que alguna marca de fast fashion tenga una pequeña línea 'eco', o que las compañías petroleras asignen una gran suma de fondos para promover programas de educación y concienciación medioambiental.

Hay muchas estrategias para confundir a los consumidores con falsas imágenes de sostenibilidad:

- La **compensación oculta** consiste en clasificar un producto como verde por un único atributo. Por ejemplo, al resaltar que algo está hecho a partir de materiales reciclados ignorando el resto del ciclo de vida como la toxicidad del proceso de producción, la imposibilidad de reciclar el material, las emisiones asociadas al transporte desde la fábrica o el uso de químicos tóxicos.
- La **falta de evidencia** se basa en presentar una afirmación ambiental que no se puede contrastar fácilmente y que no cuenta con una certificación oficial detrás. Por ejemplo, cuando se afirma que una prenda tiene un porcentaje de tejido reciclado, pero no hay forma de demostrarlo.
- La **vagueza** consiste en utilizar términos mal definidos para que el consumidor no comprenda su significado real, como por ejemplo "100% natural".



- La **irrelevancia** se basa en hacer afirmaciones que son ciertas pero que no suponen ninguna diferencia para el producto, como afirmar que no contiene una sustancia química que en realidad esté prohibida.
- El peor de los males es pretender ser más respetuoso con el medio ambiente que la competencia o productos similares cuando sigue siendo perjudicial para el medio ambiente.
- Mentir de plano con estudios, estadísticas o certificados falsos.
- Culto a etiquetas falsas dando una imagen incierta de avales de terceros con insignias, certificados, etiquetas y premios que en realidad no significan nada.

Estas prácticas perjudican a los consumidores porque no saben distinguir entre lo que es el greenwashing y las empresas que realmente están creando otro modelo de negocio porque empañan sus esfuerzos reales por ser sostenibles.

Algunas señales de alerta a tener en cuenta son el omnipresente color verde, las marcas relacionadas con la naturaleza sin ninguna relación con el producto, el porcentaje de presupuesto destinado a publicidad o programas de concienciación medioambiental, lo que representa ese producto en concreto en relación con el resto de productos que ofrece la marca...

✍ Os invitamos a ser conscientes desde ya de las prácticas de greenwashing a las que podéis estar expuestas (en el supermercado, en los escaparates, en los anuncios...) e intentar observar los "claims" con ojo crítico.

5. Reflexión final.

Haz un dibujo de cómo sería tu vida diaria si te deshicieras de todo lo que te estorba. Puede ser abstracto o no, lo que te salga del corazón. Olvídate de intentar que tenga sentido para los demás o que parezca "bonito", es un ejercicio de ti para ti, ¡disfrútalo!



6. Información adicional y recursos:

Échale un vistazo a [‘The minimalists’ blog](#) si quieres profundizar más.

7. Para cerrar:

What is clutter, un post de The minimalists

Nuestro desorden no se limita solo a las cosas materiales..

Por supuesto, tenemos demasiadas cosas:

demasiadas camisas, pantalones, zapatos y bolsos;

demasiadas tazas de café y utensilios de cocina;

demasiadas revistas, libros y tecnología obsoleta;

demasiados excesos que abarrotan cada rincón de nuestras casas.

Pero también llenamos nuestras vidas de

relaciones destructivas, carreras, obligaciones,

rituales, ocupaciones, minucias, noticias, medios de comunicación,

política, chismes, drama y rumores.

Llenamos nuestra atención de pantallas brillantes.

Llenamos nuestra creatividad de distracciones.

Llenamos nuestro tiempo libre de trivialidades.

Llenamos nuestros deseos de apegos.

Nuestras vidas están llenas de desorden existencial,

desorden emocional, desorden mental, desorden espiritual....

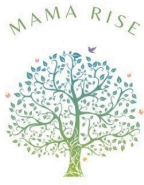
Tanto es así que resulta difícil distinguir

qué es desorden y qué no lo es.

Estamos estresados, abrumados y ansiosos

porque hemos llenado nuestras vidas de desorden y caos.

Aunque hay otra manera...



Observa un objeto, un compromiso, un hábito:
¿Mejora tu tranquilidad
o aumenta tu bienestar?

Eso es lo que necesitas preguntarte.
Si la respuesta es no, está bien déjalo ir.

Ahora bien, puede que no sea un camino fácil,
pero es sencillo.