



*Asociación Pro Derechos Humanos de
Andalucía
(Delegación de Jerez)*

MATERIAL DIDÁCTICO PROYECTO SENSIBILIZACIÓN:

*Talleres “Consumo Responsable”
realizados en I.E.S de Jerez de la Fra. y
Comarca.*

Curso: 2004/2005

ELABORADO POR:

Miembros de la comisión de sensibilización de APDHA (Jerez).

1. INTRODUCCIÓN:

Desde los orígenes de la fundación de nuestra asociación, venimos insistiendo cada año en la importancia de difundir, defender, apoyar, proclamar los derechos fundamentales descritos en nuestra Constitución Española, el Estatuto de Autonomía y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU de 1948. Del mismo modo nuestro sistema educativo recoge en sus objetivos generales para la E.S.O. lo siguiente:

“El sistema educativo español (...) se orientará a la consecución de los siguientes fines previstos en dicha ley:

g) La formación para la paz, la cooperación y la solidaridad entre los pueblos” (L.O.G.S.E., Art. 1)

“La educación secundaria obligatoria contribuirá a desarrollar en el alumno/a las siguientes capacidades:

i) Valorar críticamente los hábitos sociales relacionados con la salud, el consumo y el medio ambiente.

d) Comportarse con espíritu de cooperación, responsabilidad moral, solidaridad y tolerancia”.(L.O.G.S.E., Art. 19).

En la Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía, dentro de la campaña de “Consumo Responsable”, creemos que es necesaria una toma de conciencia sobre la relación entre nuestra forma de vida y el sistema económico en el que vivimos. Como consumidores de un país desarrollado tenemos el poder y la responsabilidad de modificar nuestra conducta a favor de un futuro mejor. Nuestra manera de consumir incide directamente en aspectos sociales y medioambientales a escala local, pero también planetaria, dentro de un mundo cada vez más globalizado.

Nuestra tarea es informar y denunciar las condiciones de trabajo de muchas personas en el mundo (especialmente de la explotación de niños y mujeres), los increíbles gastos en publicidad, transporte y embalaje, la degradación del medio-ambiente, el derroche en el consumo de materias primas y energía, la enorme cantidad de residuos que producimos y que ni siquiera reciclamos, etc.

Consumir es necesario, pero debemos proceder de forma responsable y ética potenciando en la medida de nuestras posibilidades una actitud crítica y reflexiva y un consumo responsable, ecológico, justo y solidario.

Somos conscientes de que la escuela y grupos de jóvenes son los lugares idóneos para llevar a cabo una mayor labor de concienciación sobre el consumo responsable. Sabemos, por experiencia, que las niñas y niños de secundaria son altamente receptivos y están muy sensibilizados en todo lo que afecta al consumo, medio ambiente y la solidaridad. Además creemos que la población escolar y jóvenes son sectores primordiales a la hora de promover valores en la sociedad, siendo estos agentes potenciales de cambio en las actitudes de consumo de su entorno social, (familia, amigos, vecinos, etc...), potenciando la participación social y fomentando el voluntariado en las organizaciones sociales.

Es por esto que, siguiendo esta filosofía, hemos estado sensibilizando sobre el consumo responsable en institutos de secundaria de nuestra ciudad durante los último tres años. En este último curso hemos pretendido abordar el tema de una forma trasversal y más continua; para lo cual nos pusimos en contacto, en un principio, con el equipo de trabajo de orientadores de I.E.S de Jerez y Comarca, y posteriormente con los responsables del “Plan de Educación por la Cultura de Paz y No Violencia” de la Delegación Provincial de Educación, con el propósito de proponerles esta iniciativa, llevando a las aulas y a otros grupos una propuesta. Para ello diseñamos una unidad didáctica, a partir de experiencias similares, dirigida a sensibilizar sobre un consumo crítico y responsable que abarcase aspectos de forma global y con propuestas de acción concretas en las que las y los jóvenes se viesen muy directamente implicados. Abordamos el consumo desde una época temprana, como pueden ser de juegos y juguetes o de ropas consumidas por los jóvenes, basándonos en proporcionar las herramientas necesarias para tener una información crítica y respetando siempre la libertad de acción. En este sentido tratamos de concienciar a los jóvenes de lo que se esconde detrás de determinadas etiquetas y de que se cuestionasen aspectos como:

- ¿Dónde y cómo se produce?.
- ¿Se respetan los derechos de las personas y del medio ambiente en su elaboración?.
- ¿Qué hay detrás de una campaña publicitaria?.
- ¿Cuántos residuos generamos y qué podemos hacer para reducirlos?....

En aras de un nuevo y necesario concepto, como es el de Ecología Social, hemos pretendido y seguimos pretendiendo ser un recurso externo para los centros educativos, por eso nuestras actividades no sólo han ido y van dirigidas al alumnado, sino que han pretendido involucrar a toda la comunidad escolar, proponiendo otras actividades que tratan de implicar a profesores y padres en semanas culturales en los centros. Dicha propuesta fue bien recibida por la comunidad escolar plasmándose en un convenio de colaboración durante el curso escolar 2004-2005 con la Delegación Provincial de Educación.

2. DESCRIPCIÓN DEL TALLER.

Diseñamos tres bloques de talleres que respondiesen a diferentes objetivos:

- ❑ Consumo Responsable.
- ❑ Publicidad.
- ❑ Las tres *R* (medio Ambiente).

A continuación, explicaremos en que consistió cada uno de los bloques:

Primer Bloque:

CONSUMO RESPONSABLE.

ÍNDICE:

1. COSUMISMO vs. CONSUMO.
 - Dinámica de las votaciones.
 - Guión para el forum: Todos somos consumidores.

2. CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO.
 - Dinámica de la fila india.
 - Guión para el forum:
 - Definiciones.
 - Ejemplos de consumo responsable.
 - Conclusiones: ¿qué podemos hacer como consumidores?

3. DIFERENCIAS ENTRE NORTE Y SUR..
 - Dinámica de las sillas y los platos.
 - Guión para el forum: la globalización y sus consecuencias.
 - Dinámica de los cucuruchos.
 - Dinámica de las fotos.

4. Anexos:
 - Fotos.
 - Folleto: *Consumo responsable.*

Primer Bloque: CONSUMO RESPONSABLE

OBJETIVOS:

- Concienciar de que todos somos consumidores: todos decidimos, todos somos responsables.
- Informar sobre el consumo responsable y comercio justo.
- Sensibilizar sobre las diferencias entre el norte y el sur, la explotación de género e infantil.

ESTRUCTURA DE LA SESIÓN:

- Desarrollo de la dinámica: VOTACIONES.
- Presentación de la información sobre consumismo.
- Desarrollo de la dinámica: LA FILA INDIA.
- Forum sobre el consumo responsable.
- Realización de la dinámica JUEGO DE SILLAS Y PLATOS.
- Abrir un diálogo con l@s alumn@s sobre el tema.

FINALIZACION DEL TALLER:

- Evaluación del taller: Aplaudo, sugiero y censura.
- Entrega del folleto " CONSUMO RESPONSABLE" a quién le interese tenerlo. (Anexo 5)

DURACIÓN DEL TALLER: 2 HORAS.

1. CONSUMO VS CONSUMISMO.

➤ Realizar la dinámica LAS VOTACIONES.

Nombre de la actividad: VOTACIONES		
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">- concienciarnos de que todos somos consumidores.- sensibilizar sobre el consumo desmedido.- informar de que “tenemos poder” para cambiar.		
	<u>MATERIALES</u> <ul style="list-style-type: none">- 2 cajas o urnas.- un folio por alumn@.	<u>PERSONALES</u> 2 monitoras
Desarrollo: <p>La dinámica consiste en hacer 10 preguntas a los alumn@s cuya respuesta es SI o NO. Cada alumn@ debe escribir su respuesta en un trozo de papel, que depositará en la urna correspondiente. Al finalizar se hará un recuento de los votos a favor o en contra y se interpretarán los resultados. Entonces se les explicará a l@s chic@s su papel como consumidores.</p> <p>Las cuestiones son:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ¿Mi última compra la he adquirido esta última semana?▪ ¿Era realmente necesario para mí comprar ese producto?▪ Mi ropa, calzado, accesorios... ¿son de marca o están comprados en grandes superficies?▪ ¿Suelo comprar lo que está de moda o se anuncia en la TV?▪ ¿Paso más de 1 hora/día con la TV, Internet, consola...?▪ Cuando tengo que hacer un regalo no lo hago yo mismo, lo compro.▪ Gasto toda mi paga.▪ Tengo/me gustaría tener una moto, quad...?▪ Se cuál será mi próxima compra.▪ Creo que compro más de lo que necesito/creo que podría reducir mi consumo. <p>Otras preguntas podrían ser:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ¿Tienes teléfono móvil?▪ ¿Gastas más de 10 euros /mes en la factura de móvil?▪ Soy yo quien paga la factura del móvil.▪ Tengo más de 2 pares de zapatos/ perfumes.▪ ¿Sueles comprar el día del padre/madre, enamorados, en Navidades...?▪ Tiro la comida que me sobra.▪ Se que existe una enfermedad llamada: compra compulsiva.▪ Me siento más feliz cuando compro aquello que tanto me gusta.▪ Suelo invertir mi dinero en artículos de ocio.▪ “ “ en salir los fines de semana.▪ Prefiero comprar cosas más caras pero de más calidad.		
Observaciones: <p>Tras realizar el recuento y ver la diferencia esperada entre ambas urnas preguntar a los alumn@s:</p> <ul style="list-style-type: none">- si hay alguien que no haya contestado SI a alguna pregunta → resaltar que todos somos consumidores.		

- hacer un sondeo de las preguntas más relevantes (2,4,8,9,10)→ analizar si nos excedemos en nuestro consumo.
- incidir en que al igual que en la dinámica todos votamos cuando compramos y que por tanto todos decidimos y tenemos el derecho y deber de saber las consecuencias de esa compra al igual que también tenemos el poder de transformar las desigualdades.
- qué piensan ellos de esto?
- introducir el tema del consumismo.

Evaluación:

- Observación de la comunicación no verbal.
- Nº, frecuencia y tipo de sus verbalizaciones, participación.
- Reflexiones sobre el tema.

Duración: 10 minutos

➤ Preguntar a los alumn@s sobre la diferencia entre consumo y consumismo.

- **Consumo:** acto de adquirir bienes necesarios para satisfacer una necesidad primaria o secundaria.
- **Consumismo:** actitud de consumir de forma desmedida sin tener en cuenta las necesidades reales, ni las consecuencias negativas sociales o medioambientales que genera el consumo excesivo. El consumismo se opone al consumo responsable.

➤ Dejar claro la necesidad vital de consumir (somos consumidores desde que nacemos). 1929. II GM.

➤ El consumo como sistema único para cubrir necesidades: moneda de cambio (*¿Qué es lo que mueve el mundo? El dinero*). Antes se intercambiaba bienes, ahora todo se compra. La palabra *salario* provenía de la palabra *sal*, que antiguamente era muy codiciada.

➤ Cuestionar a l@s chic@s sobre las posibles causas del consumismo: ¿Por qué creéis que se pasó de tener un comportamiento de consumo a uno consumista?

- **Causas:**
 - el poder que tiene el factor económico: sólo se valora lo que es rentable económicamente (eficacia vs. Responsabilidad, honor...)
 - interdependencia de las naciones: todo depende de todo.
 - grandes avances científicos y tecnológicos: Internet, manipulación genética...
 - Sociedad de bienestar: incorporación mujer al trabajo → atender sectores atendidos por la mujer.
 - Influencia de los medios de comunicación.
 - Homogeneización: pensamiento único (conducta del borrego)
 - Cambio de valores tradicionales por: "todo vale", cultura apariencia, mitificación del placer, culto cuerpo y juventud, todo es efímero, obsesión por eficacia-eficiencia, mitificación científica.

➤ Preguntar sobre las posibles consecuencias del consumismo. Poner ejemplos.

Consecuencias:

- **económicas:** mayores diferencias económicas entre Norte y Sur.
- **sociales:** mayores diferencias en los mismos países ricos → pobreza.
Pérdida de identidad personal al confundir: soy → tengo.
- **medioambientales:** destrucción del Medio Ambiente (tala árboles: papel y madera; uso indiscriminado de agua y energía eléctrica, productos tóxicos...)

2. CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO.

- Realizar la dinámica: LA FILA INDIA.

Nombre de la actividad:	LA FILA INDIA
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none">- Trabajar de manera lúdica el comercio justo-consumo responsable.- Dar información sobre comercio justo-consumo responsable.- Conocer los propios hábitos de consumo.
Nº de participantes:	grupo clase.
Duración:	10 minutos.
Espacio:	amplio y libre de obstáculos.
Materiales:	<ul style="list-style-type: none">- varios enunciados sobre comercio justo-consumo responsable.- dos carteles de SI/VERDADERO NO/FALSO.- Cinta adhesiva de color oscuro para fijar en el suelo.
Desarrollo:	<p>Se adhiere la cinta al suelo delimitando así dos espacios, en el espacio de la derecha se colocará el cartel de SI; el de No al otro lado. Cuando el monitor lea un enunciado los participantes deberán posicionarse a uno u otro lado de la cinta según sus creencias y hábitos, los indecisos deberán permanecer en el centro sobre la cinta. Entonces se les preguntará sobre el por qué de su elección y se les dará información sobre comercio justo-consumo responsable.</p> <p>Nota: si la clase no permite el desarrollo de la dinámica por carecer de espacio, se levantarán las manos.</p> <p>PREGUNTAS:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Sé distinguir entre consumismo y consumo responsable.➤ Cuando compro un producto sé las condiciones sociales, ecológicas y laborales en las que se elaboró.➤ Yo como consumidor No puedo hacer nada, son los gobiernos los que tienen que hacerlo.➤ Cuando pago por un producto sé dónde va ese dinero.➤ Me da igual si para la fabricación de mis deportes un niño de 7 años ha tenido que trabajar de sol a so; eso no va conmigo.➤ Suelo reciclar: papel, pilas, vidrio...➤ Soy consciente del desperdicio de agua que hacemos a diario.➤ Dejo la ÇTV y luces encendidas aunque no esté en la habitación.➤ Pienso que unos deportes de 90€ son mucho mejores que unos más baratos.➤ Soy incapaz de ponerme una prenda pasada de moda.➤ No voy a ningún sitio sin vehículo.

- **Abrir un forum sobre el consumo responsable y el comercio justo.**

Guión de consumo responsable y comercio justo.

Definiciones:

■ **Consumo Responsable.**

Es aquel tipo de consumo que toma en cuenta las consecuencias sociales y medioambientales de la producción. Las preguntas claves de un consumidor responsable son:

- ¿Dónde se ha producido?
- ¿Se respetó el medio ambiente?
- ¿Se respetaron los derechos de [l@s](#) trabajadores/as?
- ¿Conocemos los costes reales de producción?
- ¿Dónde va a parar el dinero que he pagado y en qué proporción?

A diferencia del consumo compulsivo e individualista, el consumo responsable se basa en la información sobre el proceso de producción y las consecuencias que genera.

■ **Comercio Justo.**

El Comercio Justo promueve una relación comercial diferente entre Norte y Sur, de acuerdo con los criterios éticos, y que garantice un nivel de vida digno para las poblaciones de Sur .

Comercio Justo es el que :

1. hace tratos con [pequeñ@s campesin@s](#),
2. comercializa el producto directamente desde las cooperativas a las tiendas solidarias sin intercambios.
3. paga a los productores un precio justo que les permita un nivel de vida digno,
4. paga parte de la producción por adelantado,
5. establece contratos a largo plazo para asegurar las ventas a la cooperativa,
6. colabora con los productores brindándoles apoyo técnico y formación ,
7. promociona la igualdad entre hombres y mujeres, protege el medio ambiente y rechaza la explotación infantil,
8. trabaja con organizaciones productoras democráticas y que respeten los derechos laborales de sus trabajadores/as y socios/as,
9. ofrece información a los consumidores/as sobre las condiciones de producción.

Algunos ejemplos de consumo responsable:

CONSUMO RESPONSABLE DE ENERGIA:

- Reduce el consumo de pilas, papel y aluminio, ahorraras energía y frenaras la degradación del medio ambiente.
- Colocar una botella de dos litros en la cisterna, ducharte en vez de tomar un baño y utilizar la lavadora y el lavavajillas solo con cargas completas te ayudarán a ahorrar agua.
- Desenchufar los aparatos eléctricos cuando no se utilicen, usar bombillas de larga vida y aislar puertas y ventanas son acciones útiles también en el ahorro de energía.
- Utilizar el transporte publico y la bicicleta, además de ahorrar energía, evitan la contaminación. Si utilizas el coche, compártelo siempre que puedas.

CONSUMO RESPONSABLE DE ALIMENTOS:

- Compra en las tiendas de barrio, rechaza las grandes superficies.
- Consume alimentos frescos y naturales, de productores locales y con mínimo embalaje.
- Evita los artículos envasados en bandejas de corcho blanco, son tóxicos y difíciles de reciclar.
- Sustituye los envases de PVC por los de vidrio que apenas encarecen el producto, son reciclables y no generan residuos.
- Lleva cestas y bolsas propias a la compra.
- Paga lo justo. Acude a establecimientos de Comercio Justo, ya que sus productos se elaboran en cooperativas donde los trabajadores tienen un sueldo digno.
- Comprar productos ecológicos o que lleven una eco etiqueta que asegure una elaboración respetuosa.

CONSUMO RESPONSABLE DE ROPA Y CALZADO:

- Ten presente el ciclo de los productos: ¿de dónde vienen?, ¿quién los produce y en que condiciones laborales?, y ¿qué residuos generan?
- Comprar ropa hecha en nuestros país.
- Elige, si es posible, tejidos y materiales reciclados.
- Cuando los laves, utiliza jabones y detergentes biodegradables y fosfatos.
- Reutiliza tu ropa, alarga su vida: intercambia, recicla, arregla...
- Si decides deshacerte de ella, no la tires, mejor dónala a servicios Sociales, Cáritas..., ellos la redistribuirán a las personas que las necesiten.

No se trata de evitar comprar ropa de marca, sino de saber comprar con calidad. Es decir, fijándonos en los tejidos, la costura, las condiciones en las que se hizo el producto, etc... la marca no siempre es sinónimo de calidad. Miremos si pagamos lo que el producto vale o la publicidad.

Por ejemplo en el caso de los zapatos: que esté cosido, que tenga respiración, que la suela sea de goma, etc... si hablamos de ropa, fijarnos si se deteriorará a los dos lavados, si las costuras son dobles, si está realizada en condiciones dignas de trabajo...

CONCLUSIONES: ¿QUÉ PODEMOS HACER INDIRECTAMENTE COMO CONSUMIDORES?

- Exigir a todos los países el cumplimiento de las normativas internacionales contra la explotación de la infancia (convenio 138 de la OIT).
- Apoyar proyectos educativos, a través de las distintas ONGs, adecuados a la realidad de cada país, ya que la educación es uno de los recursos principales para eliminar la explotación.
- Puesto que estas empresas multinacionales subsisten gracias a millones de pequeñas aportaciones de todos nosotros, los consumidores tenemos mucho que aportar, por ejemplo, practicando un *consumo responsable*, esto es eligiendo los productos elaborados y comercializados bajo las reglas del comercio justo y las fabricadas por empresas que respeten tanto a los trabajadores como el medio ambiente.

- No dejarnos engañar por mensajes publicitarios y empezar a exigir y a conocer: de dónde viene el producto que compramos y bajo qué condiciones laborales se ha producido. Otro instrumento es el *boicot*, que es una campaña social organizada por los consumidores que establece una interrupción temporal de la compra de uno o más productos de ciertas empresas; con el fin de que decidan cambiar su actitud. Los boicot más conocidos son: Nestlé, Nike, L'Oreal, Shell, Bacardi, Dior, Johnson, Levi, Strauss, McDonalds, Suzuki, etc.
- Exigir a los estados que las empresas se instalen en los países del Sur. Tengan establecidos códigos éticos. La mayoría de las multinacionales se ven obligadas a establecer códigos de conducta debido a la intervención de diversas ONGs, asociaciones de derechos humanos, de consumidores, etc., las cuales criticaban el incumplimiento de las normas básicas internacionales dictadas por la OIT.

- DIFERENCIAS NORTE / SUR..

➤ Realización de la dinámica : LAS SILLAS Y LOS PLATOS.

Nombre de la actividad:		
Objetivos: Visualizar los desequilibrios demográficos y económicos existentes entre continentes.		
Duración: 20-30 minutos	Nº de participantes: 12-30 personas.	Espacio: 1 sala grande.
Material necesario: <ul style="list-style-type: none"> - tantas sillas y platos como participantes. - 5 carteles con los nombres: América del Norte, América Latina, Europa, África y Asia. - Tablas con las cifras de población mundial y del Producto Interior Bruto (PIB) repartidos por continentes. 		
Desarrollo de la actividad: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se distribuirán los nombres de los continentes por las paredes de la sala. ▪ La monitora explicará que se debe simbolizar el reparto de la población mundial; cada alumno@ representará X millones de habitantes. ▪ Los participantes deberán repartirse por el local, debajo de los carteles, tratando de representar el reparto de la población mundial con la mayor exactitud posible. ▪ Una vez que el grupo se haya colocado en sus sitios, la monitora leerá las cifras reales y, en caso de ser necesario, corregirá la representación simbólica. ▪ En la segunda parte se trabaja la riqueza mundial, simbolizada por las sillas y el alimento mundial, simbolizado por los platos. Cada silla representará X millones de dólares y cada plato X millones de alimentos. ▪ Cada grupo cogerá para su continente el nº de sillas-platos que estime oportuno. ▪ La monitora leerá las cifras reales y corregirá la representación. <p>* Se trata de un ejercicio muy clarificador para la introducción vívida de una charla sobre el desarrollo desigual del planeta.</p>		
Observaciones:		

- ¿Qué continente es el más poblado? ¿Cuál menos?
- ¿En qué continente/s hay más riqueza y comida? ¿En cuál menos?
- ¿Hay relación entre nº de habitantes y riqueza?
- ¿Creéis que hay bastante riqueza y alimento en el mundo para todas las personas?
- Si hay más riqueza y comida en el mundo de la necesaria ¿por qué hay personas que se mueren de hambre?
- ¿Cómo podría solventarse esta situación?

Distribución de los participantes según el reparto de la población mundial

Nº jugadores	EUROPA	ÁFRICA	ASIA	AMÉRICA LATINA	AMÉRICA NORTE	1 jugador representa
12	2	1	7	1	1	466 millón
13	2	2	7	1	1	430
14	2	2	8	1	1	399
15	2	2	9	1	1	373
16	3	2	9	1	1	349
17	3	2	10	1	1	329
18	3	2	10	2	1	311
19	3	2	11	2	1	294
20	3	3	11	2	1	279
21	3	3	12	2	1	266
22	3	3	13	2	1	254
23	4	3	13	2	1	243
24	4	3	14	2	1	233
25	4	3	15	2	1	224
26	4	3	15	2	2	215
27	4	3	16	2	2	207
28	4	4	16	2	2	200
29	4	4	17	2	2	193
30	4	4	17	3	2	186

Distribución de las sillas y platos según el reparto de la riqueza mundial (PIB)

Nº jugadores	EUROPA	ÁFRICA	ASIA	AMÉRICA LATINA	AMÉRICA NORTE	1 silla/plato \$
12	4	0	3	1	4	2355000000
3	4	0	4	1	4	2174000000
14	5	0	4	1	4	2019000000
15	5	0	4	1	5	1884000000
16	6	0	4	1	5	1766000000
17	6	0	5	1	5	1662000000
18	6	0	5	1	6	1570000000
19	7	0	5	1	6	1487000000
20	7	0	6	1	6	1413000000
21	7	0	6	2	6	1346000000
22	7	0	6	2	7	1285000000
23	8	0	6	2	7	1229000000
24	8	1	6	2	7	1178000000
25	8	1	7	2	7	1130000000
26	9	1	7	2	7	1087000000
27	9	1	7	2	8	1047000000

28	9	1	8	2	8	1009000000
29	10	1	8	2	8	975000000
30	10	1	8	2	9	942000000

- **Abrir un forum informativo con la participación de los chavales y las chavalas sobre el tema a partir de la experiencia de la dinámica.**

Guión para hablar de las diferencias entre el norte y el sur.

- ❖ **Globalización:** Situación económica mundial basada en la acumulación de capital y liberalización absoluta de mercados. Esta situación se refleja en los siguientes datos:

- **50 empresas** más grandes del mundo tienen cifras mayores de venta que el producto interior bruto de los **150 países** más pobres del planeta.
- **225 personas** más ricas del planeta acumulan más dinero que el **50%** de la población más pobre.
- Años 60, el **20%** de la población más rica del mundo acumula **30** más riqueza que el **20%** más pobre.
- Años 90, el **20%** de la población más rica del mundo acumulaba **82** veces más riqueza que el **20%** más pobre. Es decir los ricos son mucho más ricos.

- ❖ **¿Qué tiene el sur que tanto nos interesa?**

➤ **EL CAFÉ.**

- **¿Dónde se produce?** Los países del sur:

- América latina: México, Colombia, Brasil, Guatemala, Costa Rica, Venezuela, Cuba, Ecuador, El Salvador, Santo Domingo, Guadalupe.
- África: Costa de Marfil, Etiopía, Uganda, Burundi, Angola, Camerún, Tanzania, Madagascar, Isla Mauricio, Zimbabwe, Kenia.
- Asia: India, Indonesia, Papua, Nova Guinea, Tailandia, Vietnam.

- **¿Quiénes lo consumen?** Los países del norte: la UE, los EE.UU. y Canadá.

Del 100% del café que se cultiva en los países del sur, el 80% lo consumen los países de norte. Y de ese 80%, la UE consume el 50%, mientras que América y Canadá solo un 25%.

- **¿Por qué lo permiten los países del sur?** Porque necesitan dinero para pagar la deuda externa.

- **¿Qué son la multinacionales?** Son grandes empresas que a pesar de tener su sede en un país desarrollado (EE.UU., Japón, Canadá o la UE), tienen repartida la producción en los diferentes países del mundo. Mantienen la tecnología y la toma de decisiones en su sede, pero la producción la trasladan a los países del sur por razones económicas fundamentalmente. Se aprovechan de **l@s** trabajadores / as del Tercer Mundo, que trabajan más horas y cobran menos. Algunas de esas multinacionales son: Coca-cola, Nike o Nestlé.

- **¿Y por qué en los países del sur?** Porque:

- No pagan impuestos ni seguridad social (seguros), ya que no hay legislación laboral.
- Compran o subcontratan empresas del sur.
- A menudo tienen **nif@s** trabajando.

- Tienen la libertad de dejar el país cuando quieran o se van a otros donde la mano de obra les sale más barata.
- No hay legislación medioambiental en el sur.

- **Algunos productos de multinacionales relacionados con el café.**

- Nestlé: Nesquik, Chocapic, Kit kat.
- Kraft Jacobs suchard: Philadelphia, Milka, Tang.
- Henkel: Vernel, Conejo, Neutrex.

➤ **EL CACAO.**

- **¿Cuál es el principal ingrediente del chocolate?** El cacao.
- **¿De dónde proviene el cacao?** De los países del sur.
- **Luego, ¿cuáles serían los países en los se cultiva?** África, Asia y América latina.
- **¿Quién consume el chocolate?** Los países del norte.
- **¿Cuál es el principal problema medioambiental de la plantaciones de cacao?** La deforestación. Está destrozando sus bosques para que nosotros podamos escoger si nos apetece comer chocolate o no. Los campos llegan a tener 15 Km.
- **¿Por qué no prosperan las chocolateras del sur?**
 - Los productos tienen falta de equipos técnicos y de conocimientos.
 - Nestlé tienen la patente del chocolate con leche y los del chocolates del sur son sin leche (puro). Así que si alguien quiere vender chocolate con leche tendría que pagarle los derechos de inventor.
 - Costosos aranceles para poder vender chocolate en el mundo. De ese modo se protegen las chocolateras europeas.
 - Se necesitan grandes barcos con frigorífico para transportar el chocolate y son muy costosos.
- **Algunos productos de comercio justo:** *Áfricao* (cacao proveniente Ghana, de la cooperativa Kuapa Kahoo, que garantiza ingresos dignos a 3000 familias africanas), *Azúcar Panela* (de la sierra de Ecuador).
- **¿Dónde se decide el precio del cacao?** En la bolsa de Londres.

➤ **EL ALGODÓN.**

Es el tercer cultivo de expansión en África después del café y el cacao. Para Chad, Malí o Tanzania, las exportaciones son una fuente de ingresos importante. Soportan parte de la economía del país y de muchas familias de algodóneros. La venta de algodón es la única fuente de ingresos de los pequeños productores y sus familias. Con el dinero compran comida para un año, abono para sus tierras y arreglan sus tractores. Pero, como no les llega deben pedir prestamos para sobrevivir. La esperan solventar con el dinero que saquen de la próxima cosecha.

El precio del algodón se ha ido devaluando, lo cual explica que los países del sur hayan tenido que vender más algodón para poder importar después ropa, tractores, etc. En los años 70, denunciaron este hecho, pero los gobiernos de los países ricos no les escucharon.

Además del algodón existen otras fibras naturales como el lino, la canapa, el agave, la ramia, la lana y la seda. Pero hay telas elaboradas con fibras sintéticas o elaboradas con productos químicos o con el petróleo. El nailon, el rayón, el tergal, el poliéster, la viscosa, la poliamida, etc.

En las etiquetas se explica el tipo de tejido y el país en donde ha sido elaborado. ¡MIRALAS!

❖ Consecuencia de la Globalización

➤ Consecuencias de esta política económica:

- El aumento de las relaciones comerciales motiva un aumento del consumo de innumerables nuevos productos y en mayores cantidades. Esto ha degenerado en un consumismo desorbitado.
- Las multinacionales son cada vez más grandes y su número menor, es decir, la riqueza se está acumulando cada vez en menos manos. Aprovechándose de la libre circulación de mercancías producen en países donde se les paga menos a los trabajadores y tienen menos trabas relacionadas con el medioambiente.
- Las Bolsas no reflejan la verdadera relación con las mercancías que se venden.
- Fuertes medidas proteccionistas de los países ricos, de forma que sean sus productos los que se vendan frente a los de otros países. (Ejemplos: el famoso “dumping”, a los productos ya manufacturados que intentan vender los países del sur se les ponen gravosos aranceles, las nuevas tecnologías están patentadas por los países del Norte, la publicidad, los trabajadores de los países pobres no tienen derecho a circular libremente por los países ricos, etc.)

Todo esto desemboca en:

- Aumento de la pobreza y los conflictos bélicos
- Concentración del poder económico y político en cada vez menos manos
- Masivos movimientos migratorios
- Destrucción del medioambiente.

➤ Consecuencias sociales:

a) **Los pobres de la globalización.** El consumismo excesivo y sin medida es causa de desigualdades socioeconómicas que son cada vez más agudas:

- Según la ONU mueren de hambre diariamente **70.000 personas** en el mundo y **828 millones** están desnutridas de forma grave y permanente.
- En el mundo rico se ha generado lo que se denomina el “**cuarto mundo**”, es decir los pobres dentro de los países ricos. En España viven **8.509.000 personas** bajo el umbral de la pobreza.
- Los más perjudicados dentro de la escala social son, como siempre, las mujeres y los niños, doblemente pobres entre los pobres.

b) **Explotación Infantil.** Actualmente en los países empobrecidos del Sur es frecuente el trabajo infantil. La Organización Internacional del Trabajo ha cifrado en **250 millones** los niños y las niñas de entre 5 y 14 años que trabajan en todo el mundo. La mitad de ellos lo hacen en condiciones de esclavitud. Dentro de los sectores donde estos niños y niñas realizan su trabajo, el agrícola es el que agrupa un mayor porcentaje con casi un 90%, y el de la minería. El segundo es el de la industria.

Esta situación impide que los niños y niñas se desarrollen. El trabajo afecta a sus posibilidades de escolarización ya que generalmente la jornada escolar coincide con la laboral. Esto influirá de forma decisiva en su vida de adulto, tanto en aspectos de salud como en problemas de autoestima. En el caso de las niñas estas condiciones son peores ya que suelen sufrir abusos sexuales, acceden a la educación en menor medida y su situación perpetúa no sólo la pobreza de millones de mujeres en todo el mundo, sino también su discriminación por razones de sexo.

c) **Maquilas.** Muchas multinacionales textiles se trasladan a países asiáticos o centroamericanos y se instalan en zonas franca para la exportación, también conocidas como zonas de maquilas. Son complejos industriales de 10 ó 20 Km. Que los gobiernos del Sur crean para atraer inversores de las multinacionales extranjeras. Se definen porque tiene un contratista en el norte que les proporciona las materias primas o componentes. Su función sólo es ensamblar, elaborando el producto final, que después vende a la propia empresa. son procesos que requieren poca tecnología y mano de obra masiva.

En estas zonas francas, los gobiernos ofrecen a las empresas privilegios económicos: no pagan impuestos, pueden sacar el dinero del país fácilmente y, además, el gobierno mantiene una estructura de empresa de servicio para las propias multinacionales.

Las empresas confeccionan con materias primas y maquinaria que provienen del norte y se vuelven a enviar a los centros comerciales al norte. Por ello, se mantienen las etiquetas, por ejemplo, "made in USA", cuando has sido cosidas en Marruecos o México. Aunque esté muy mal pagado, se gana más que otros trabajos, por lo que todas quieren trabajar allí.

El interés de las empresas es reducir el coste de la mano de obra, así que buscan los países en los que los salarios sean bajos. La mano de obra suele ser femenina, joven, con poca experiencia y sin derechos laborales. El sueldo es inferior al salario mínimo y las bajas por enfermedad no existen. Las fábricas no son seguras, por lo que son frecuentes los incendios.

El arma más poderosa que tienen los empresarios es la violencia, tanto física como psicológica, verbal o sexual. Si alguna de las trabajadoras intenta denunciar u organizar alguna protesta, es despedida cuando no asesinada.

Las multinacionales han mantenido su sede y la producción con alta tecnología en los países desarrollados, pero han trasladado el proceso de coser la ropa que casi no necesita tecnología a los países del sur, donde la mano de obra es más barata.

Trabajo a domicilio en España. Otra forma de explotación. La empresa TEXDAM situada en Sabadell (Barcelona), facturó 1000 millones de pesetas en 1995 y contaba sólo con una plantilla de seis trabajadores, lo cual supone una facturación de 116,7 millones, cuando la media por trabajador es de 5,3 millones. Así que algunos trabajadores fantasmas tuvieron que hacer el resto.

➤ **Realización de la dinámica : LOS CUCURUCHOS.**

Nombre de la actividad.		LOS CUCURUCHOS	
Objetivos:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empalzar a través del juego con los niñ@s que trabajan en el mundo. ▪ Fomentar la reflexión personal. ▪ Analizar las causas / consecuencias del trabajo infantil. 			
Nº de participantes:	grupo clase.	Duración:	15 minutos.
Espacio:	aula.	Materiales:	papel de periódico.
Desarrollo:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cada participante debe realizar un mínimo de 20 cucuruchos de papel en 2 minutos para poder ser remunerado. ▪ El cucurucho sale a 0.50 €. Los mal hechos no valen. ▪ Se les enseña cómo tienen que hacer los cucuruchos. ▪ Se divide la clase en equipos. ▪ Una vez concluido el tiempo, los monitores / as pasarán por las mesas como si fueran encargados examinando los cucuruchos, tras la aprobación de éste, los alumn@s calcularán cuánto dinero han conseguido: 			

20 cucuruchos -----1 euro.
 15 “ ----- 75 céntimos.
 10 “ ----- 50 céntimos.
 5 “ ----- 25 céntimos.

- A continuación se les **preguntará** cómo se han sentido, como ven la situación, qué piensan o conocen sobre el tema.

Algunos datos interesantes para comentar:

- **Mientras que en España el sueldo de un obrero textil es de 7 euros, en Marruecos es de 1,20 euros y en Pakistán es de 50 céntimos. (Y nos quejamos....)**
- L@s niñ@s suelen representar el 30% ó el 40% de lo ingresos familiares.
- Muchas veces los padres entregan a sus hijos como pago de deudas (talleres de alfombras de la India). Otras se les exige a los adultos en el contrato que incluyan a sus hijos.



Realización de la dinámica: LAS FOTOS.

Nombre de la actividad:		LAS FOTOS
Objetivos:		
<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar sobre la exclusión de género, las maquilas y la prostitución. Así como el alto índice de analfabetismo entre la población femenina. - Conocer otras realidades sociales. 		
Materiales:		4 fotografías que muestran la distinta realidad de cuatro mujeres. (Anexos 1,2 ,3 y 4)
Tiempo:	15-20 minutos.	Nº de participantes: 4 grupos de 6/7 personas.
Desarrollo:		
<p>Se entrega una foto a cada grupo sobre uno de estos temas: prostitución, maquilas, no escolarización y la mujer occidental.</p> <p>Cada grupo hará un diario sobre las emociones y vida de esa persona, poniéndose en su piel. Una vez terminado, un portavoz del grupo del grupo expondrá ese diario.</p> <p>A continuación, se abre un foro introductorio a la teoría en el que se expondrá las opiniones y realidades que se han trabajado y se les hablará de la maquilas.</p> <p>Cuando todos los grupos hayan finalizado de leer sus diarios se abrirá un forum donde se expondrán las opiniones sobre las realidades que se han trabajado. Para ello se preguntará al alumnado cómo se han sentido, qué piensan, cómo podría solucionarse, qué pueden hacer ellos...</p>		

Preguntar.

¿Qué creen que les hubiese pasado si hubiesen nacido en otro país?. Intentar que se den cuenta de la suerte que tienen al haber nacido aquí, pero que eso no les hace indiferentes a lo que sucede fuera.



Mi nombre es maría. Tengo 25 años y llevo trabajando en esta fábrica desde los 16 años. Trabajo 19 horas diarias. Lo que gano es para mi familia.



Me llamo Fabiola. Ocupo un cargo de dirección dentro de mi empresa. Me gusta lo que hago porque me permite ser yo misma.



Me llamo Yasmine. Soy de Ecuador. Tengo ocho años. Trabajo de sol a sol para ayudar a mi madre y hermanos. Me gustaría ir al colegio, pero no puedo.



Me llamo Sandra. Tengo 15 años. Mis padres me vendieron para poder comer.
Trabajo 12 horas.

Segundo Bloque:

Publicidad.

ÍNDICE:

1. DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD.
2. ENCUESTA SOBRE LA PUBLICIDAD.
3. ANÁLISIS CRÍTICO DE ANUNCIOS.
 - Ficha de análisis crítico de anuncios.
4. DINÁMICA DE LA RUEDA.
5. DINÁMICA DEL ROL-PLAY

OBJETIVOS:

- Desarrollar el análisis crítico de los chavales frente a los anuncios publicitarios.
- Informar sobre la tremenda influencia que la publicidad ejerce en nuestra forma de vida.

ESTRUCTURA DE LA SESIÓN:

- Encuesta sobre publicidad.
- Análisis de anuncios.
- Dinámica de LA RUEDA.
- Dinámica del ROL - PLAY.

FINALIZACIÓN DEL TALLER:

- Evaluación del taller. Aplauso, sugiero y censura

DURACIÓN DEL TALLER: 2 HORAS

DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD.

La publicidad es la comunicación creada para persuadir.

La publicidad ejerce una enorme influencia en nuestras vidas, una gran mayoría de anuncios nos muestra unos modelos a imitar, ya sean personajes o ambientes correspondientes a clases sociales ricas y poderosas, creando estereotipos y modelos de socialización.

Nos hace sentirnos insatisfechos no conformes con nosotros mismos, ni con nuestra posición social, lo que hace que queramos ser de otra manera y en este afán por salir de la situación de “mediocridad y rutina económica” se cae fácilmente en el juego publicitario intentando acceder a productos que parecen que acercarán la forma de vida de las personas que poseen dinero y fama. Sin embargo, aunque compremos esos productos seguiremos viviendo de la misma manera y con los mismos problemas. En el caso de la ropa aunque vistamos ropa y calzado anunciados en televisión, seguiremos siendo las mismas personas con nuestros mismos valores, pues una cosa es lo que somos y otra la imagen que queremos proyectar.

Cuando vemos un anuncio no percibimos el entramado que encierra. Para que un anuncio sea efectivo, lo primero que hace los anunciantes es realizar estudios minuciosos sobre la población a la que va dirigida el producto, estudiando sus necesidades, motivaciones y hábitos de consumo.

Los seres humanos tenemos necesidades imprescindibles que necesitan ser cubiertas (pan, abrigo, refugio, seguridad, amor) y necesidades relativas o prescindibles (sentirnos superiores a los otros) que creemos nosotros imprescindibles. Lo que hace la publicidad es crearnos esas necesidades relativas que además nunca veremos satisfechas.

Para crearnos estas necesidades utilizan una serie de estrategias. Pretenden así

captar nuestra atención del consumidor, captar su interés por el producto, provocar el deseo y la necesidad de consumirlo y hacer que se compre el producto.

La publicidad es una herramienta moderna de promoción para aumentar las ventas. Básicamente trabaja creando nuevas necesidades en los consumidores/as. Utiliza mecanismos de manipulación visual y psicológica para generar nuevos deseos. La publicidad sobre todo la TV condiciona enormemente nuestros hábitos de consumo y nuestras opciones cuando elegimos un producto (motos, vacaciones, ropa, comidas y bebidas...). Todos queremos tener la chispa de la vida, los vaqueros más originales, el coche más *chulo*, la ropa más guay, o ser una jugadora NIKE.

Los anuncios necesitan construir una necesidad social, que nosotros de forma inmediata e irreflexiva, reconocemos y deseamos como propias.

En el mundo hay grandes empresas de publicidad que ganan mucho dinero haciendo anuncios para otras empresas, se centran en un sector de audiencia (jóvenes, amas de casa, profesionales liberales...) les dan la imagen que ellos desean con el objetivo de vender más.

ENCUESTA SOBRE LA PUBLICIDAD.

1. ¿Te gustan los anuncios de la televisión?
 - Mucho.
 - Poco.
 - Nada.

2. ¿Qué marcas conoces? _____

3. ¿Tienes alguna de las marcas que has dicho anteriormente?. En caso negativo, deja en blanco; en caso afirmativo, ¿cuáles? _____

4. Lo que ves en los anuncios, ¿se lo pides a tus padres?
 - Sí, todo.
 - Sólo lo que me gusta.
 - No, Nunca.

5. ¿Cuál es tu anuncio preferido? ¿y por qué? _____

6. ¿Por qué crees que lo que anuncian en televisión suele ser tan caro?
 - Porque pagamos los costos de la producción del material.
 - Porque pagamos la calidad de la marca.
 - Porque son importados de muy lejos.
 - Porque normalmente lo que pagamos son los costes de la publicidad.

7. Aparte de la televisión, ¿dónde ves tu más publicidad?
 - En mi buzón.
 - En la calle (carteles, vallas publicitarias, etc..).
 - En las revistas.
 - En la radio.

8. Tararea en estas líneas la sintonía de algún anuncio que se te haya pegado. Por ejemplo:
¡¡“once ocho ochenta y ocho”!! _____

9. ¿Crees que los anuncios reflejan la realidad de lo que nos ofrecen?
 - Sí.
 - No.
 - Algunos.

10. De lo que sueles comprar, ¿cuántas cosas has elegido por algún anuncio?
 - Todas.
 - Algunas.

Ninguna.

11. ¿Por qué crees que se siguen las “modas”?

- Porque está a la última.
- Por que “es lo que se lleva” simplemente.
- Porque la gente que lleva una determinada ropa o un usa un determinado producto es guay (Siempre que sale algo nuevo se pone de moda).
- No hay un porque es simple casualidad.
- Porque todo el mundo lo hace.

12. ¿Con qué frecuencia compras ropa?

- Mucha.
- Bastante.
- Poca.
- Ninguna.

13. ¿Qué os atrae más de un anuncio?

- La música.
- Los interpretes.
- La imagen.
- El contenido.
- El conjunto.

14. ¿Por qué te guías normalmente a la hora de comprar algo?

- Porque me ha gustado.
- Porque lo necesito.
- Porque todos mis amigos lo llevan/utilizan.
- Por costumbre.

ANÁLISIS CRÍTICO DE ANUNCIOS.

Nombre de la actividad: ANÁLISIS CRÍTICO DE ANUNCIOS TELEVISIVOS	
Objetivos:	
<ul style="list-style-type: none">✓ Conocer, manejar y evaluar los trucos y efectos de los anuncios de TV.✓ Distinguir la información objetiva de lo que es propiamente publicidad.✓ Analizar, racionalizar y situar los mensajes.✓ Crear consumidores responsables que actúen en conciencia, con libertad y sabiendo qué mecanismos se articulan a partir de los anuncios.	
CONOCER REGLAS PUBLICITARIAS EVITA LA MANIPULACIÓN	
Materiales:	
<ul style="list-style-type: none">• Una cinta de video que contendrá 4 anuncios televisivos.• Video y TV.• Ficha de análisis crítico de anuncios publicitarios.	
Tiempo:	50 minutos.
Nº de participantes:	grupo clase.
Desarrollo:	
<p>Los cuatro anuncios serán pasados uno a uno, y tras visionarlos, las monitoras, siguiendo los pasos de la ficha de análisis crítico de anuncios, irán cuestionando a los alumn@s sobre los distintos aspectos, estrategias, tendencias... a analizar y tener en cuenta sobre la publicidad. Se pretende realizar un aprendizaje guiado en los primeros anuncios para después dejar paso al análisis autónomo de los alumnos.</p> <p>Nota: se buscarán anuncios actualizados, cuyo producto esté dirigido a los adolescentes. La ficha de análisis de anuncios será adaptada a la dinámica del grupo y del taller, modificándola si fuese necesario para adaptarla al nivel de comprensión adecuado a cada curso.</p>	

FICHA DE ANÁLISIS CRÍTICO DE ANUNCIOS TELEVISIVOS

ANÁLISIS OBJETIVO. ¿QUÉ VEMOS?

- **Nombre del producto / marca.**
- **Eslogan / logotipo.**
- **Descripción del producto:** utilidad, función, precio.
- **Descripción de los destinatarios.**
- **Identificación del medio en el que aparece:** nombre del medio, horario, ubicación, duración.

- **Tipo de campaña:** campaña previa de expectación, lanzamiento del producto, campaña de mantenimiento.
- **Tratamiento del producto:** presentación de sus características, de sus efectos, ventajas frente a competidores.

- **Descripción de los elementos morfológicos:**
 - Escenario: entorno físico y sociocultural.
 - Sonidos.
 - Objetos
 - Personajes: personalidad, edad, género...
- **Ver si tiene estructura narrativa:** qué ocurre, a quién en qué contexto.
- **Aspectos sintáctico-expresivos:** planos y ángulos de la cámara, encuadres, profundidad de campo, ritmo, movimientos de la cámara, luz, color efectos sobre las imágenes...
- **Tratamiento lingüístico:** humorístico, científico-técnico, popular, poético-romántico, surrealista...
- **Texto escrito/verbal:** qué mensajes se emiten, personas y tiempos verbales, tipos de letra, características de la voz...
- **Música y efectos sonoros.**

ANÁLISIS SUBJETIVO. ¿QUÉ NOS SUGIERE?

- **Impacto del anuncio:** ¿Nos gusta? ¿Qué es lo que más nos gusta o disgusta? ¿resulta creativo? ¿se recuerda el eslogan? ¿cuáles son los aspectos más importantes?
- **Presentación del producto:**
 - cualidades que se destacan y aspectos que se omiten
 - grado de veracidad
 - ventajas reales que ofrece frente a los competidores.
- **Público al que se dirige el anuncio:** edad, género, nivel socio-cultural, ideología...
- **Valores y estereotipos que se utilizan como reclamo o se manifiestan:** belleza,

éxito social...

- ¿qué visión se da de ellos?
- ¿se establecen relaciones causa-efecto con el producto?
- **Significado de los elementos morfosintácticos y expresivos:** planos y ángulos de la cámara, encuadres, ritmo, luz, color...
- **Aportaciones de la estructura narrativa:**
 - personalidad y gestos de los personajes.
 - Relación de los personajes y contexto con los destinatarios del producto.
 - ¿Qué emociones provocan los personajes?
 - ¿Qué aporta el producto a la solución del conflicto?
 - ¿cómo transforma el producto a los personajes y al contexto?
- **Función que realiza el texto escrito / verbal:** refuerzo del mensaje icónico, contraste, expresión básica del mensaje...
- **Función que realiza la música y /o efectos especiales:** evocar, destacar, acompañar...
- **Recursos estéticos y semánticos utilizados:** metáforas, hipérboles... ¿qué función realizan?

➤ Realizar la dinámica de LA RUEDA.

Dinámica de la rueda

Objetivo: Representar la presión social que ejerce la publicidad sobre la sociedad mediante la creación y refuerzo de estereotipos.

Nº de participantes: grupo clase.

Espacio: amplio y libre de obstáculos.

Materiales: no es necesario ningún material.

Duración: 5 minutos.

Desarrollo: Los participantes se cogerán de los brazos y formarán un círculo cerrado. Tres personas dentro de ese círculo intentarán salir y otras intentarán entrar, pero los demás no los dejarán.

Observaciones:

Con esta dinámica se pretende representar la presión social que una élite pretende ejercer cuando no se siguen las pautas de comportamiento marcadas por medio del consumo y de la publicidad. Tras el juego se les preguntará cómo se han sentido y se abrirá un debate sobre la manipulación de las minorías sobre la mayoría y de los valores sociales que están vigentes en nuestra sociedad. Además se relacionará esta dinámica con la influencia que tienen las modas en [I@S](#) chavales/as de esta edad. Lo fácil que es seguir una determinada moda, y lo difícil que es ir contra corriente.

➤ Realizar la dinámica del ROL – PLAY.

Nombre de la actividad:	ROLE-PLAY
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none">▪ conocer, manejar y evaluar los trucos y efectos de los anuncios de TV.▪ desmitificar los anuncios.▪ analizar, racionalizar y situar los mensajes.
Nº de participantes:	4 grupos de 6 personas.
Espacio:	clase.
Materiales:	4 tarjetas con las 4 alternativas de trabajo.
Duración:	30 minutos.
Desarrollo:	<p>Se dividirá la clase en 4 grupos homogéneos; a cada uno de ellos aleatoriamente se le entregará un tema de trabajo, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Crear un anuncio publicitario de un coche.▪ Hacer un análisis crítico del anuncio del coche que realicen sus anteriores compañeros.▪ Crear un anuncio publicitario de un producto de cosmética, a elegir entre perfumes, cremas, maquillajes...▪ Hacer un análisis crítico del anuncio de cosmética realizado por los compañeros.
Observaciones:	<p>Puede introducirse una variante de la dinámica, consistente en realizar un ejercicio de contrapublicidad en lugar de hacer un análisis crítico del anuncio; el resultado sería:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Crear un anuncio publicitario de un coche.▪ Hacer un contranuncio de un coche.▪ Crear un anuncio de un producto de cosmética.▪ Hacer un contranuncio de un producto de cosmética.

Tercer Bloque:

EL MEDIO AMBIENTE.

1. ISLAS ECOLÓGICAS.

2. DINÁMICA DE LAS RESPUESTAS CORTAS.

3. TEORÍA SOBRE MEDIO AMBIENTE.

- Introducción.
- Principales contaminantes del planeta.
- ¿Qué podemos hacer? las tres R.
- Energías.

4. DINÁMICA DEL MURAL ECOLÓGICO.

5. TALLER DE MANUALIDADES:

- Bolas malabares.
- Perchero.
- Lapicero.
- Cajonera.

6. DEBATES.

OBJETIVOS:

- Informar sobre la repercusión que tiene el consumismo en el planeta.
- Dar a conocer las distintas maneras de actuar para proteger nuestro planeta.

ESTRUCTURA DE LA SESIÓN:

- Islas Ecológicas.
- Dinámica de LAS RESPUESTAS CORTAS. .
- Teoría sobre Medio Ambiente.
- Dinámica del MURAL ECOLÓGICO
- Taller de manualidades: bolas malabares, perchero, lapicero o cajonera.
- Debates de clase.

FINALIZACIÓN DEL TALLER:

- Evaluación del taller. Aplauso, sugiero y censura

DURACIÓN DEL TALLER: 2 HORAS.

- Proponer a l@s chavales / as y al profesor las ISLAS ECOLÓGICAS.

Nombre de la actividad:	ISLAS ECOLÓGICAS
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sensibilizar a alumnado sobre la importancia del reciclaje. ❖ Ofrecerles la oportunidad de participar en una actividad de reciclaje, que nos gustaría traspasara el alumn@ a su cotidianeidad.
Nº de participantes:	clase
Duración:	A elegir por el tutor: una semana, un mes, un trimestre, todo el curso.
Espacio:	clase.
Desarrollo:	<p>Antes de ofrecer la actividad a los chic@s se preguntará al tutor su nivel de compromiso con la actividad, si le es posible colaborar, se dará a elegir a l@s alumn@s el producto a reciclar: aceite, plástico, cartucho de tinta, pilas o ropa. A continuación se les explicará el proceso de reciclaje del producto elegido y se les animará a que colaboren activamente. Igualmente se colgará en el panel de clase una tabla sobre el proceso de reciclaje de todos los productos ofertados para aquellos que quieran tener más información.</p>

- Realizar la dinámica de LAS RESPUESTAS CORTAS.

Nombre de la actividad:	RESPUESTAS RÁPIDAS	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar de manera lúdica las 3 R: reducir, reutilizar, reciclar. - Dar información sobre las 3 R. 	
Nº de participantes:	5 grupos de 5/6 participantes.	
Espacio: clase.	Duración: 10 minutos.	Materiales: ninguno.
Desarrollo:	Se divide la clase en 5 grupos, a continuación la monitora irá leyendo cada una de las	

preguntas sobre las 3 R a lo que los grupos deben consultar entre sus miembros la respuesta y levantar la mano cuando la obtengan, se trata de intentar ser más rápido que el resto de grupos a la hora de contestar. Tras cada pregunta la monitora les dará la información relevante en materia de contaminación, medio ambiente y 3 R.

Las preguntas son:

- Decir 3 cosas que se puedan reciclar.
- ¿Qué es reutilizar?
- ¿Qué cosas se os ocurre que se puedan reutilizar y así contaminar menos?
- ¿Sabéis para qué sirve el aceite usado?
- ¿Sabéis que ocurre con el gasto desmedido del papel?
- Decir 3 consecuencias del deterioro del medio ambiente.
- ¿Qué ocurriría si cada habitante de China tuviera 1 ó 2 coches?
- ¿Podrías nombrar 3 artículos que contengan sustancias contaminantes?
- ¿Qué significan las 3 R?

➤ **Abrir un forum sobre el deterioro que está sufriendo nuestro planeta.**

GUIÓN SOBRE EL DETERIORO DEL PLANETA.

INTRODUCCIÓN.

Que cada vez nuestro planeta se deteriora con más rapidez no es ninguna sorpresa. El consumismo esta provocado la degradación del medio ambiente, ya que malgastamos los recursos naturales que tardaron siglo en crearse. El aire se satura de gases tóxicos, los ríos se contaminan, los suelos agrícolas se agotan, las fábricas de los países industrializados desprende la mayor parte de los residuos tóxicos que se acaban acumulando en los desiertos y mares de los países del sur, la capa de ozono está desapareciendo, destrozamos el pulmón de la tierra tallando árboles y extinguiendo bosque para la realización del papel, que luego no se recicla y las incineradoras y los vertederos nos llenan de gases y líquidos tóxicos. Por eso no debe extrañarnos que:

- En Hungría el gobierno atribuya una de cada siete muertes a la contaminación del aire.
- En Bombay respirar sea igual que fumarse diez cigarrillos al día.
- En Pekín, las enfermedades respiratorias relacionadas con la contaminación son tan comunes que se llama *Tos de Pekín*.

- En la ciudad de México, considerada como la mayor contaminadora aérea del planeta, el 90% de las afecciones respiratorias derivan de la contaminación del aire.
- En el río Po, en las proximidades del Mar Adriático, las playas a menudo estén llenas de peces muertos y de aguas cubiertas de algas pestilente.
- La contaminación de los mares esté matando a millones de ballenas que engullen los residuos de los barcos y las fábricas junto con su comida, provocándoles graves intoxicaciones y enfermedades en la piel.

Es decir, que el desperdicio de energía, la deforestación, la cantidad de desperdicios que generamos o la contaminación ambiental y del agua, son entre otras, las causa de dicho deterioro. Y parte de la responsabilidad de ese deterioro es de l@s consumidores / as, o sea, nuestra.

PRINCIPALES CONTAMINANTES DEL PLANETA.

La mayoría de contaminantes los encontramos en nuestras bolsas de basura:

- **ENVASES DE PLÁSTICO.**

Los envases de plástico no son biodegradables, no son reutilizables y cuesta mucho reciclarlos. Los que proceden de la basura doméstica, muchas veces no se pueden reciclar mediante procesos mecánicos debido a la suciedad con la que llegan, a que el reciclaje químico actualmente está en fase de desarrollo y que no sirve quemarlos porque desprenden sustancias peligrosas como metales pesados y CO₂.

Muchos envases de plástico contienen una sustancia llamada PVC, que es muy contaminante. En otros países ya se han tomado medidas contra el PVC:

- ✓ En Suiza, está prohibido envasar agua en PVC por ley desde 1991.
- ✓ En Australia, está prohibido envasar alimentos y bebidas en PVC.
- ✓ En Bélgica, las botellas de PVC tienen una ecotasa.

- ✓ En Alemania, desde 1981 las botellas de plástico tienen tasa. Muchas tiendas han eliminado el PVC para evitar cobrar esa tasa a sus clientes.
- ✓ En Dinamarca, los envases de bebidas no alcohólicas son retornables por ley desde 1981.
- **EL BRIK.** Está compuesto por cortón, plástico y aluminio. Permite conservar mejor los alimentos, pero es un envase de un solo uso. El consumo de agua utilizada durante su fabricación es cuatro veces superior que el que se utiliza para una botella de vidrio. En las incineradoras provoca grandes cantidades de CO₂ y si su destino final es el vertedero, los compuestos resultantes van a parar a las aguas subterráneas.

- **ENVASES DE METAL.**

El aluminio se utiliza para latas de bebidas y tapaderas. Paquetes de chicles, tabaco, patatas fritas son otros sus usos. Su consumo ha aumentado en España, mientras que en Alemania y Holanda ha disminuido considerablemente por razones ambientales. Durante su proceso de obtención produce emisiones de dióxido de azufre (causante de la lluvia ácida) y vapores de alquitrán (provocan alteraciones en los huesos, riñones y cabellos). Los impuestos medioambiental que los países industrializados han puesto a las fábricas ascienden ya un 25%, por lo han optado por instalarse en el Tercer Mundo, donde este impuesto no existe.

Las latas de aluminio no son reutilizables. En vertederos perdura sin degradarse al ser inoxidable. Y en las incineradoras, produce emisiones de gases de metales pesados.

- **PILAS USADAS.**

Contienen mercurio que es muy peligroso para la vida. Las pilas, al mezclarse con la basura, contamina todos los desperdicios que halla en ella. Si se incineran, generan vapor de mercurio que llega al aire que respiramos, a los suelos y al agua subterránea.

¿QUÉ PODEMOS HACER?.

- **VIDRIO ANTES QUE PVC.** Para fabricar el vidrio se utiliza un sistema muy simple. Es inalterable químicamente y no necesita la incorporación de aditivos. Es resistente a la corrosión y oxidación. Puede reutilizarse unas 30 o 40 veces. Se recicla al 100% como materia prima. No obstante, tiene como inconveniente su fragilidad y su elevado peso. Para su lavado se utilizan lejías que van a parar a las aguas residuales. Puedes reutilizar las botellas y reciclarlas si no quieres utilizarlas más. Con su utilización creamos más puestos de trabajo. Acostumbrémonos a comprar nuestras bebidas en botellas de vidrio.
- **PAPEL Y EL CARTÓN.** Reciclarlo y elegir papel reciclado. Utilizarlo por las dos caras. Sustituir servilletas y pañuelos de papel por otros de tela.
- **PLÁSTICO.** Evita su consumo porque la gran mayoría no puede regenerar, ni reciclar. Deposítalos en contenedores especiales. Al comprar, rehúsa los envases de plástico y pide envases de vidrio.
- **TETABRIK.** Al estar hechos con tres productos (cartón, plástico y aluminio), es difícil separarlos y reciclarlos. Sustitúyelos por vidrio y evita su consumo.
- **METALES.** Evita su consumo. Ahorrarás dinero y contaminación. La mayoría van a vertederos y no se reciclan. Sustituye las bebidas en lata por envases de vidrio.
- **PILAS USADAS.** Evita su uso. Si puedes enchufar los aparatos, mejor. Si las necesitas busca las recargables y rehúsa las que contienen mercurio. Al acabarse, deposítalas en los contenedores situados en los lugares de venta.
- **MEDICAMENTOS, ACEITES DE COCHES, PINTURAS, ETC.** Busca los menos contaminantes. Usa el programa de recogida de aceite de los talleres o de las farmacias en el caso de los medicamentos.

➤ **Realizar la dinámica del MURAL ECOLÓGICO.**

Nombre de la actividad: MURAL ECOLÓGICO		
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">❖ Conocer los diferentes contaminantes del planeta que se encuentran en nuestra basura.❖ Saber cuáles son la alternativas a dichos contaminantes.		
Nº de participantes: clase.	Duración: 30 minutos.	Espacio: clase.
Materiales: cinta adhesiva, latas, botellas de plástico, papel, tetabriks, cuatro cartulinas y rotuladores, fichas informativas.		
Desarrollo: <p>Se trata de realizar un mural en el que aparezcan los principales contaminantes que podemos encontrar en nuestra basura. Para ello se dividirá la clase en cuatro grupos. Dicha división se llevará a cabo de la siguiente manera. Mientras caminan en círculo, l@s monitoras / es colocarán en sus espaldas unos posit con una de estas palabras: plástico, papel, briks y metal. Deberán preguntar al compañero que es lo que pone en su espalda. Una vez constituidos los grupos se les entregará los materiales para que realicen el mural.</p> <p>Al terminarlo, tendrán que exponerlo al resto de sus compañer@s . Los murales se colgarán en la clase.</p>		

Nota: Los debates y el mural informativo son “el plan B” en el caso de sobrar tiempo o de que no pudiese llevarse a cabo el taller de manualidades recicladas.

• **ENVASES DE PLÁSTICO.**

Los envases de plástico no son biodegradables, no son reutilizables y cuesta mucho reciclarlos. Los que proceden de la basura doméstica, muchas veces no se pueden reciclar mediante procesos mecánicos debido a la suciedad con la que llegan, a que el reciclaje químico actualmente está en fase de desarrollo y que no sirve quemarlos porque desprenden sustancias peligrosas como metales pesados y CO₂.

Muchos envases de plástico contienen una sustancia llamada PVC, que es muy contaminante. En otros países ya se han tomado medidas contra el PVC.

¿Qué podemos hacer?. Evita su consumo porque la gran mayoría no puede regenerar, ni reciclar. Deposítalos en contenedores especiales. Al comprar, rehúsa los envases de plástico y pide envases de vidrio

- **PAPEL**

Para conseguir el papel se talan muchos árboles, dando lugar a la deforestación del planeta. Esto nos perjudica porque se produce menos oxígeno, fundamental para la vida.

¿Qué podemos hacer? Reciclarlo y elegir papel reciclado. Utilizarlo por las dos caras. Sustituir servilletas y pañuelos de papel por otros de tela.

- **ENVASES DE METAL.**

El aluminio se utiliza para latas de bebidas y tapaderas. Paquetes de chicles, tabaco, patatas fritas son otros sus usos. Su consumo ha aumentado en España, mientras que en Alemania y Holanda ha disminuido considerablemente por razones ambientales. Durante su proceso de obtención produce emisiones de dióxido de azufre (causante de la lluvia ácida) y vapores de alquitrán (provocan alteraciones en los huesos, riñones y cabellos). Los impuestos medioambiental que los países industrializados han puesto a las fábricas ascienden ya un 25%, por lo han optado por instalarse en el Tercer Mundo, donde este impuesto no existe.

Las latas de aluminio no son reutilizables. En vertederos perdura sin degradarse al ser inoxidable. Y en las incineradoras, produce emisiones de gases de metales pesados.

¿Qué podemos hacer? Evita su consumo. Ahorrarás dinero y contaminación. La mayoría van a vertederos y no se reciclan. Sustituye las bebidas en lata por envases de vidrio.

- **EL BRIK.**

Está compuesto por cortón, plástico y aluminio. Permite conservar mejor los alimentos, pero es un envase de un solo uso. El consumo de agua utilizada durante su fabricación es cuatro veces superior que el que se utiliza para una botella de vidrio. En las incineradoras provoca grandes cantidades de CO₂ y si su destino final es el vertedero, los compuestos resultantes van a parar a las aguas subterráneas.

¿Qué podemos hacer? Al estar hechos con tres productos (cartón, plástico y aluminio), es difícil separarlos y reciclarlos. Sustitúyelos por vidrio y evita su consumo.

FICHA INFORMATIVAS: PRINCIPALES CONTAMINANTES DEL PLANETA

➤ Realizar el TALLER DE MANUALIDADES y explicar las TRES R.

Podrán elegir entre:

- **BOLAS MALAVARES:** globos y arroz.
- **PERCHERO:** dos palos, pegamento, bolsillos del pantalón, un trozo de cuerda y un pedazo de lana.
- **LAPICERO:** tres tubos del papel higiénico, material para decorar (papel de regalo, lana, botones, etc.), pegamento y un trozo de cartón.
- **CAJONERA:** tres cajas de cerillas, pegamento, material para decorar y 3 botones.

GUIÓN INFORMATIVO: LAS TRES R

Como solución al consumo desmedido proponemos la práctica de las *Tres R*:

- ♣ **REDUCIR:** El consumo de sustancia contaminante (aerosoles, pilas, insecticidas, aluminio, plástico) y artículos innecesarios. Ej. : cuando vamos a comprar llevar cesta en lugar de coger bolsas de plástico, evitar los artículos de usar y tirar y los de gran cantidad de envoltorio.
- ♣ **REUTILIZAR:** Aprovechándolo todo, como por ejemplo, reutilizar las bolsas de plástico que nos dan en el súper, en vez de coger más, sustituir los pañuelos de papel, por otros de tela, utilizar el papel por las dos caras, pilas recargables y las botellas de cristal.

- ♣ **RECICLAR:** Exige un gasto de energía en la recogida, transporte y clasificación. Es una buena opción para los objetos que ya no tenga vida. Intentar reducir y reutilizar, ya que hay objetos que sólo pueden reducir una parte de ellos.

*reduce tu consumo, reutiliza al máximo; y, si lo anterior no ha sido posible,
reciclar*

➤ **Temas para abrir un debate:**

- Efecto invernadero.
- El fenómeno climático.
- Extinción de especies por devastación natural (Ej. Lince)
- El ahorro de energía.
- ¿Qué otras energías alternativas conocéis? Por Ej. la solar, la eólica, etc...

Guión informativo para hablar de la Energía.

LA ENERGÍA.

Otra de las cosas que está deteriorando nuestro planeta es el desperdicio de energía.

Son energías sucias: el combustible fósil, nuclear y la gran hidráulica.

- **Combustible Fósil:** genera contaminación atmosférica, del suelo y del agua. Es responsable de la lluvia ácida, las mareas negras y el aumento del efecto invernadero (transporte, petróleo, etc.)
- **Nuclear:** contamina el aire y el suelo. Su aportación es el envenenamiento radioactivo (extracción de uranio a la producción de electricidad térmica).

- **Gran hidráulica:** inundaciones de grandes extensiones de tierra fértiles, deforestación, aumento de enfermedades en el agua dulce (antes y después de la construcción de la central).

El ahorro de energía es la forma más eficaz de reducir el impacto ambiental y social derivado del actual modelo energético. Reducir el consumo de energía no es sólo un ejercicio de responsabilidad cívica, sino una muestra de solidaridad para con el entorno que nos rodea.

¿Sabíais que mientras que la Unión Europea se ha comprometido a reducir en un 15 – 20% las emisiones de CO₂ en los próximos años, España tiene el privilegio de aumentarlas porque no llega a la media europea?

DIEZ RAZONES PARA PROTEGER LOS BOSQUES

1. **Vidas humanas:** en los bosques tropicales viven numerosas comunidades indígenas con cultura e identidad propia. Además, en todos los rincones del mundo suele haber población local muy ligada a la existencia del bosque.
2. **Concentración de la biodiversidad:** son auténticas bibliotecas genéticas, albergan más de la mitad de las especies de animales y plantas del planeta.
3. **Salud:** son laboratorios farmacéuticos naturales. Se calcula que aproximadamente la mitad de los medicamentos de las farmacias provienen de sustancias producidas por especies vegetales de los bosques.
4. **Reguladores climáticos:** los bosques intervienen en el ciclo del agua, influyendo en la mayor o menor medida en las precipitaciones. De igual manera contrarrestan las inclemencias atmosféricas: viento fuerte, caída de granizo, temperaturas extremas...
5. **Protección del suelo:** las raíces de las plantas del bosque evitan la erosión y pérdida de suelo. La deforestación trae consigo la desertización. Asimismo, el bosque frena y/o mitiga la fuerza del agua en las tempestades y riadas evitando, en la medida de lo posible, las inundaciones y la erosión.
6. **Reserva de dióxido de carbono:** por tod@s es conocido el aumento del gas CO₂ en la atmósfera debido a emisiones antropogénicas, y el calentamiento terrestre conlleva consigo tal incremento. Los bosques, al absorber dióxido de carbono, son un buen almacén mientras vienen tiempos mejores.
7. **Fuentes de recursos:** el bosque bien gestionado es fuente renovable de recursos madereros y no madereros (plantas medicinales, setas, fibras naturales, frutos y bayas, aceites vegetales, etc.)
8. **Cultura:** los bosques y sus componentes principales: los árboles, forman parte del patrimonio cultural de la humanidad tanto desde el punto de vista espiritual como artístico.

9. **Uso recreativo**: para las poblaciones urbanas, desarraigadas de la naturaleza y absorbidas por el asfalto y el humo, el paisaje forestal adquiere una función social y recreativa. Para más de un@ es una buena terapia.
10. **Porque sí**: los bosques, tal como los conocemos hoy, son el resultado de miles de años de evolución. Sólo por existir tienen derecho a continuar existiendo.

PROCESO DE FABRICACIÓN DEL PAPEL

El proceso de la fabricación del papel no es inocuo para el medio ambiente, en él están presentes una serie de operaciones físicas y químicas que generan variados productos líquidos y gaseosos, que pueden tener graves consecuencias si son vertidos a los ríos o liberados a la atmósfera. El primer paso en la fabricación del papel es la separación de las fibras de celulosa que componen las materias primas utilizadas, como ya se dijo son normalmente madera, algodón o paja de cereales. La separación y transformación en pasta de papel se realiza por métodos mecánicos, o mediante la adición de productos químicos basados en el azufre. Para blanquear la pasta de papel se utiliza normalmente dióxido de cloro y lavandina, que en el proceso liberan compuestos organoclorados muy dañinos para el medio ambiente, ejemplo de las dioxinas que son venenos muy peligrosos cuando entran en las cadenas tróficas.

Los efectos citados requieren alternativas ecológicas consecuentes, actuando sobre los procesos de fabricación y el origen de las materias primas, tanto en lo que respecta a la procedencia (recogida selectiva), como a los productos químicos implicados y posteriores vertidos.

Como ya se dijo, en el proceso de fabricación del papel intervienen normalmente determinados productos químicos que pueden tener graves consecuencias en el ambiente natural, por ello es preciso atender a los conceptos de papel "reciclado" y papel "ecológico" utilizados normalmente como distintivos internacionales para identificar el origen del papel y su proceso de blanqueo, para así saber si se está ante un producto fabricado con garantías para el medio ambiente.

El papel reciclado es aquel que en su fabricación entra exclusivamente como materia prima el papel usado y recuperado, ejemplo de periódicos, revistas, cartones, impresos, etc. Por su parte, el papel ecológico es aquel que no ha sido blanqueado mediante productos químicos basados en el cloro.

Los tipos de blanqueadores ecológicos utilizados habitualmente son los Totally Chlorine Free (TCF), es decir, totalmente libre de cloro; y el Elementary Chlorine Free (ECF), o libre de cloro elemental. Obviamente, aquellos productos de papel que lleven impresos simultáneamente los distintivos "Papel reciclado" y "Papel ecológico 100%", contarán con las garantías de que, no sólo la materia prima procede de papel recuperado, sino que en el proceso de fabricación se han utilizado productos químicos respetuosos con el medio ambiente.

Lamentablemente, el proceso de reciclaje no está exento de efectos perjudiciales para el medio ambiente. Cuando el papel usado y recuperado entra en las factorías de reciclaje es necesario proceder al destintado, en el cual se generan residuos tóxicos muy contaminantes cuando son vertidos, y de hecho se considera esta actividad como la de mayor contaminación del sector. A pesar de todo, reciclar siempre será menos dañino para el medio ambiente que eliminar mediante incineración u otros métodos los productos resultantes del consumo de papel. Se considera que reciclar papel recuperado genera una cuarta parte menos de contaminación que mediante un proceso convencional. Con adecuados tratamientos de residuos se podrían mejorar todavía más estas características en lo que a impacto ambiental se refiere.

Las ventajas de utilizar papel reciclado y ecológico son evidentes. Los primeros beneficiados serán los bosques primarios, cuya amenaza de tala no dependerá directamente de la demanda de materia prima, sino de nuestra capacidad para concienciar a la sociedad en la recogida selectiva de papel usado. Por dependencia se beneficiarán otros sectores como la energía y los recursos de agua, pero no menos importante es la reducción en la contaminación de las aguas así como la acumulación en vertederos, en este último caso más dañinos cuando se emiten a la atmósfera productos contaminantes resultantes de la incineración.

SUGERENCIAS A LOS CENTROS Y AL PROFESORADO:

Proponemos que no debemos dejar pasar es que el tema del CONSUMO RESPONSABLE sea tratado en las clases de forma transversal, siendo sumamente fácil esta propuesta, ya que el material de Setem del que los centros disponen de los talleres pueden considerarse que instruye de una forma muy sencilla. Nuestro interés no es banal, sino que viene fundamentado por un gran sentimiento democrático de hacer que se respeten los derechos fundamentales de las personas, no sólo en nuestros países sino en los países del Sur, que son víctimas de nuestro desmesurado consumo. Por ello, pedimos que se tome este tema muy en serio, ya que de ello depende el bienestar de muchos seres de este planeta. No queremos que se vea este asunto como un simple taller, ya que la importancia del tema lo requiere. Somos plenamente conscientes de que el profesorado está muy ocupado y atareado con sus importantes funciones educativas, pero si se observan los cuadernos de Setem puede interpretarse que no suponen complicación ninguna.

Y como último punto, y uno de los temas mas importantes a nivel educativo de los últimos tiempos, es el de la conflictividad en las aulas. Como todos los profesionales sabemos, en determinadas aulas, nos encontramos con jóvenes conflictivos que rompen con la dinámica de clase, dificultando nuestra labor educativa. Nos encontramos ante alumnos /as que presentan múltiples partes de expulsión, comportamientos agresivos e incluso delictivos,... cuyos problemas exteriores a las aulas traen consigo a las mismas. Como somos conscientes de esta difícil situación que presentan las aulas y el profesorado, queremos hacer saber que es importantísimo que esta situación sea asumida por los profesionales del Trabajo Social, ya que son los especialistas que pueden hacer que estos problemas vayan siendo tratados y solucionados, haciendo que la labor educativa no trascienda a competencias en las que los profesores no deberían de ser responsables, ya que son educadores y no trabajadores sociales. Por tanto, es necesario que se comience a implantar a estos profesionales en los Equipos de Orientación Escolar (EOEs), como bien recoge la LOGSE.

Pensamos que los/as responsables de las orientaciones educativas de cada centro han de plantearse la importancia del trabajo acerca de la Educación para el consumo responsable y confiamos en que, con o sin nuestra presencia, “el consumo responsable” sea un tema transversal y primordial en la educación de los/as alumnos/as. En ellos/as, en sus manos, está materializar un modelo de desarrollo sostenible, cada día más necesario, que tenga en cuenta que los recursos del planeta no son inagotables y que un consumo desmesurado que no contemple el respeto a los derechos humanos y al planeta nos conduce a la globalización de la miseria y al desastre ecológico y humano. Tratar aspectos tan negativos, como estos, de forma divertida y optimista a través de juegos pedagógicos ha sido el gran éxito de estos talleres, potenciando en todo momento la capacidad que tienen los/as jóvenes de transformar el mundo.

Desde esta asociación valoramos, desde una visión global, positivamente esta colaboración por parte del profesorado y la participación de los/as alumnos/as, así como los resultados alcanzados y animamos a que dichas actividades continúen en sucesivos cursos, reflejando de este modo las inquietudes de profesores y padres que nos han mostrado su preocupación de que estas acciones no sean puntuales y aisladas.

Igualmente, consideramos como muy positivo el convenio de colaboración establecido con la Delegación Provincial de Educación, puesto que nos ha facilitado bastante la labor de contactar con los centros y de difundir nuestro proyecto de “Consumo Responsable”.

Esperamos que en los próximos años continúe dicha colaboración y sigamos manteniendo los contactos necesarios para la buena planificación y ejecución de los proyectos que se establezcan en un futuro inmediato.