RED de EDUCACIÓN del CONSUMIDOR

RED DE EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

NÚMERO 10 Segundo Semestre 2007

ARAGÓN

EL GOBIERNO DE ARAGÓN PONE EN MARCHA EL PORTAL ESCUELA ARAGONESA DE CONSUMO

www.catedu.es/consumo

www.aragon.es/consumo

GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Salud y Consumo

RESEÑAS

Asturias

El Centro de Formación del Consumidor de Blimea parada segura de los escolares que desarrollan el programa *«Escuelas Viajeras»* en el Principado de Asturias.

Castilla y León

La Consejería Interior y Justicia, a través de la Agencia de Protección Civil y Consumo tiene previsto desarrollar por tercer año consecutivo en toda la Comunidad Autónoma de Castilla y León, el programa «Consumo en la Escuela», integrado por distintos talleres prácticos y destinados a los alumnos de 1º de primaria a 4º de la ESO. Este plan de actuación pretende contribuir y ayudar a la labor docente que desarrollan los profesores en la formación y educación de los alumnos como consumidores, para que vayan adquiriendo conocimientos que les lleven a ser conscientes de sus derechos y obligaciones, así como desarrollar actitudes críticas, responsables y solidarias en sus actos de consumo.

Cantabria

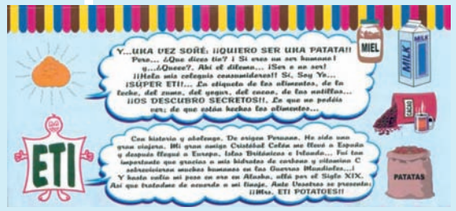
«Movint2 –Teléfonos Móviles e Internet»

Dentro del *Proyecto Europeo «Movint2-Teléfonos Móviles e Internet» integrado en la Acción «Grundtvig2-Asociaciones de Aprendizaje» del programa Sócrates*, se ha realizado un estudio sobre la normativa de Telefonía móvil e Internet y el conocimiento que tienen los consumidores de estos servicios. Con los resultados obtenidos se han editado dos dípticos que recogen las conclusiones más relevantes del estudio y una serie de recomendaciones para subsanar posibles problemas en el uso de estos servicios.

El proyecto ha estado coordinado por la Escuela Europea de Consumidores y en él han participado tres países: España (Gobierno de Cantabria y Principado de Asturias), Eslovaquia y Lituania.

Melilla

La Ciudad Autónoma de Melilla, celebrará un año más el día mundial del consumidor con más de 3.000 jovenes escolares y su mascota «ETI».



Este curso 2007-2008 con *«ETI POTATOES»*, que les enseña a interpretar los etiquetados de los alimentos y fomenta la alimentación equilibrada.

Comunidad Valenciana
Programa de Educación del Consumidor en la Escuela 2007/2008

La Dirección General de Comercio y Consumo ha convocado el *Programa de Educación del Consumidor en la Escuela para el curso 2007/2008* que está dirigido a todos los centros educativos de la Comunidad Valenciana de niveles no universitarios, y que ofrece a profesores y alumnos múltiples posibilidades para desarrollar en la escuela **la materia transversal de educación del consumidor.**

Propuestas didácticas, en diversos formatos (talleres, DVD, libros, etc.) para analizar la publicidad, investigar sobre el impacto de los hábitos de consumo sobre el medio ambiente, para aprender a reciclar los desechos del hogar; talleres que abordan el culto al cuerpo, que analizan el impacto de las nuevas tecnologías en los jóvenes, o que enseñan a cómo ejercer los derechos de los consumidores son, algunos de los recursos educativos que los centros puede solicitar para trabajar distintos temas relacionados con el consumo.

El programa ofrece también **apoyo económico** a los centros para que puedan desarrollar sus propios proyectos de consumo, y la posibilidad de participar en la **Red de Educación del Consumidor**, foro de experimentación de materiales didácticos e intercambio de experiencias docentes entre profesores de distintos países europeos.

RESEÑAS

Extremadura

Otro año más durante el Curso Escolar 2007-2008 la Comunidad Autónoma de Extremadura, resto de Comunidades Autónomas junto con el Instituto Nacional de Consumo organizan el III Concurso Escolar, vía internet, para jóvenes escolarizados en el Tercer Ciclo de Primaria y para el Primer y Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria : *Consumópolis 3.*

En nuestra Comunidad Autónoma de Extremadura, será Presidencia – Vicepresidencia Primera y Portavocía, a través de la Dirección General de Consumo la responsable de su desarrollo.

El tema elegido para esta edición **«Consumo responsable. Un día en la vida de.....»**, tiene como objetivo sensibilizar a los jóvenes escolares de la importancia que tiene realizar un consumo consciente, crítico, responsable y solidario.

Así mismo se pretende fomentar la participación de los centros educativos a través del profesorado y del alumnado, en actividades relacionadas con la Educación del Consumidor.

El Concurso consta de dos partes en la que los participantes deberán realizar diferentes actividades. Una primera parte que se ralizará a través de internet (on- line)y en la que, a través del juego Consumópolis 3, los equipos tendrán que resolver un conjunto de cuestiones lúdicas y de contenidos pedagógicos, y una segunda parte en la que los equipos colaborarán en la elaboración de una revista que resalte los valores del consumo responsable.

El Concurso tendrá dos fases de participación: una fase autonómica, organizada en nuestro caso, a través de la Dirección General de Consumo Salud Comunitaria y de la que saldrán los equipos ganadores por cada etapa educativa. La clasificación de los premios, para los alumnos que forman el equipo, en la fase autonómica serán :

PARTICIPANTES	PRIMER PREMIO	SEGUNDO PREMIO	TERCER PREMIO
TERCER CICLO ENSEÑANZA PRIMARIA	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €
PRIMER CICLO E.S.O.	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €
SEGUNDO CICLO E.S.O.	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €

Y una fase nacional, organizada por el Instituto Nacional del Consumo en la que participarán los ganadores de las Comunidades Autónomas.

Cataluña

Desde el curso 2005-06 la Escuela del Consumo de Catalunya de la Agencia Catalana del Consumo se constituye como un Centro de Estudios de la Educación del Consumo que pone al servicio de la ciudadanía una diversidad de actividades entre las que destaca una línea de investigación sobre los hábitos de consumo de los jóvenes catalanes, como consecuencia de la cual se inicia una serie de publicaciones bajo el nombre genérico de «Colección de Estudios».

Los dos primeros volúmenes son:

> Criterios de los jóvenes en relación con la compra de la ropa.

> Las marcas y los jóvenes.

>EDITORIAL

La RED Española de Educación del Consumidor, acaba de crecer de nuevo. Ya estamos casi todas las Comunidades Autónomas. Con la incorporación de Baleares y Canarias, únicamente Ceuta queda fuera de la RED. Esperamos y deseamos que pronto pueda incorporarse para cerrar así el mapa de una RED eficaz y práctica.

En este número queremos destacar los siguientes apartados:

> La necesidad de elaborar un Plan de Educación para el Consumo Responsable, que formará parte del convenio que se está gestionando entre la RED y los dos ministerios implicados: el Ministerio de Educación y Ciencia (en el que se implique al CIDE y al Instituto Superior de Formación del Profesorado) y el Ministerio de Sanidad y Consumo (en el que se implique al Instituto Nacional del Consumo). La firma de este convenio servirá para consolidar la RED.

> Destacar que la RED E-CONS es uno de los proyectos integrados en el grupo de trabajo de Información, Formación y Educación del Consumidor. De esta forma se avanza en encajar orgánicamente la RED en el panorama institucional y se contribuye a desarrollar el Plan Estratégico en el campo de la Educación del Consumidor.

La RED cumple 10 años en el presente año 2008. Los asistentes a la reunión de las Comisión gestora el pasado mes de diciembre en Santander felicitaron al Gobierno de Cantabria por el trabajo de coordinación realizado en estos años.

LA COORDINACIÓN

Segundo Semestre 2007 Nº 10
Tirada: 9.400 ejemplares
Edita: Red de Educación del Consumidor
http://www.infoconsumo.es/eecred
Dirección de la coordinación:
Escuela Europea de Consumidores
del Gobierno de Cantabria
c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander
escuela@infoconsumo.es

CONSEJO DE REDACCIÓN
Coordinación de la revista:
Nieves Álvarez Martín
Coordinación para cada Comunidad Autónoma:
Gonzalo Sánchez Moreno *(Cantabria)*
Carmen Martínez González *(Asturias)*
Mª José López Ródenas *(Comunidad Valenciana)*
Esther Álvarez Fernández *(Galicia)*
Alejandro Salcedo Aznal *(Castilla-La Mancha)*
Nekane Ribado Vitorica *(Euskadi)*
Ana Grande Murillo *(Extremadura)*
Ángel Escolar-Noriega *(Madrid)*
Francisca Pérez Jiménez *(Aragón)*
Francisco Corzo Delibes *(Castilla y León)*
Mª José Gómez de Segura Martínez *(La Rioja)*
Luís Domínguez Rodríguez *(Cabildo de Tenerife)*
Julià Guimerà Gargallo *(Cataluña)*
Mª Rosa Sancho Celdrán *(Murcia)*
Elena Suárez Mariscal *(Andalucía)*
Mª Dolores Angosto Sánchez *(Melilla)*
Blanca Berruete Cilveti *(Navarra)*
Mª Dulce García Caballero *(Baleares)*
Mª Luisa Rivero Gómez *(Canarias)*

Diseño de portadas: Mª Isabel Gómez Bedia
Diseño y maquetación: Mª Isabel Gómez Bedia
Impresión: J. Martínez S.L
Depósito legal: SA-1485-2004

La Red de Educación del Consumidor permite la reproducción de los contenidos que publica. No se autoriza la utilización de cualquier contenido de esta revista con fines comerciales o publicitarios.

>SUMARIO

CANTABRIA	Premios 4ª Fase del III Plan Cuatrienal de Educ. del Consumidor Cuaderno Viajero: «José Félix García Calleja»	4
ASTURIAS	Escuelas Viajeras y Consumo	6
COMUNIDAD VALENCIANA	El Big-Bang del Consumo Responsable	8
GALICIA	Proyecto «ConsuModa»	10
CASTILLA-LA MANCHA	El Centro de Formación del Consumidor Móvil	12
EUSKADI	Necesidades Educativas Especiales: Seguridad en el Hogar	14
EXTREMADURA	Consumópolis 2. Premio Doble	16
MADRID	Ejercer la creatividad para desarrollar la responsabilidad	18
ARAGÓN	Escuela Aragonesa de Consumo	20
CASTILLA Y LEÓN	Talleres de Consumo	22
LA RIOJA	Un proyecto científico con significado en el I.E.S Virgen de Vico	24
CABILDO DE TENERIFE	Calidad y Consumo Responsable	26
CATALUÑA	Es sábado... ¿qué hacemos? ¿Cuál es el perfil profesional de un educador/a de consumo?	28
MURCIA	Consumópolis 2: Consumo responsable y Calidad de Vida Ecoconsumo: Consumo Responsable	30
MELILLA	VIII Jornadas de Formación-Educ. en Consumo curso 2007/08 VIII Jornadas para Mayores	32
NAVARRA	Guía para una alimentación saludable y consciente	34
BALEARES	Precios y consumo Cambio climático salud y consumo	36
CANARIAS	La defensa de los consumidores y usuarios, nuestra razón de ser	38

EDUC. PARA LA CIUDADANÍA> 40 DIRECCIONES DE INTERÉS> 42 RESEÑAS> 2, 43

Entrega de Premios de la Cuarta Fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor

El 19 de junio de 2007 tuvo lugar la entrega de premios de la cuarta fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor. Los premios, tuvieron una dotación de 1.000 euros para cada uno de los primeros premios y de 562,50 euros para los segundos premios.

Resaltar la gran participación de los centros escolares en esta edición del Plan Cuatrienal, en la que han sido seleccionados un total de 45 proyectos.

> Educación Infantil

El primer premio de **Educación Infantil** fue para el *CP José Mª de Pereda de los Corrales de Buelna*. Su proyecto «La rosa de los vientos», coordinado por Adriano Fernández Polanco, tiene entre sus objetivos iniciar al alumnado en los conceptos de sostenibilidad, responsabilidad y solidaridad.

El segundo premio recayó en el *CC Mª Reina Inmaculada de Santander*, con el proyecto «Basurín nos ayuda a reciclar», coordinado por Elia Gómez Cagigas.

> Educación Primaria

En **Educación Primaria** el primer premio fue para el proyecto titulado «El Globo», coordinado por Angelines Jorrín Salces del *CP Mateo Escagedo Salmón de Cacicedo de Camargo*. El proyecto trata de profundizar en el análisis de los fenómenos inmediatos sobre consumo y medioambiente y tomar conciencia del origen y final de nuestros bienes de consumo.

El segundo premio fue para el *C. Sagrado Corazón de Cabezón de la Sal*, con el proyecto «Reciclamos, conocemos y actuamos», coordinado por Mª Isabel Gutiérrez Echave.

> Educación Secundaria Obligatoria

El *IES José Mª de Pereda de Santander* con su proyecto «La cultura de la fruta: una asignatura pendiente», coordinado por Jesús Peñalva Gil, obtuvo el primer premio en **Educación Secundaria Obligatoria.** Crear una cultura de la fruta que permita «mirar al futuro» con confianza a través de una juventud mejor informada, alimentada y sana fue uno de los objetivos principales de este proyecto.

En este nivel se concedieron dos segundos premios ex –aequo para los proyectos del *IES La Granja de Heras*, «La escuela como plataforma de la nueva cultura de la energía» coordinado por Mª Jesús Mirón Peña y «¿El futuro nos espera? Organismos genéticamente modificados» coordinado por Alfonso Fernández Serna.

> Bachillerato

Con el proyecto «Psicología y Publicidad» coordinado por Juan Carlos Granados Cascos, el *IES Leonardo Torres Quevedo de Santander* obtuvo el primer premio en **Bachillerato**. El objetivo general del proyecto fue conocer la forma en que la publicidad se sirve de los conocimientos y procedimientos de la Psicología para aumentar su eficacia sobre potenciales consumidores.

El segundo premio recayó en proyecto «Biomoléculas en la publicidad» del *IES Lope de Vega de Santa Mª de Cayón*, coordinado por Pilar Barquín Sainz de la Maza.

> Formación Profesional

El primer premio en **Formación Profesional** fue para el proyecto titulado «¿Conocemos mucha grasas perjudiciales?» del *IES Manuel Gutiérrez Aragón de Viérnoles*, coordinado por Fernando Portal María. Entre los objetivos del proyecto estaba obtener información científica sobre los diferentes tipos de grasas utilizados en la alimentación. Estudio-revisión- bibliográfica del tipo de aceites y/o grasas comestibles utilizadas en alimentación y su implicación en la salud.

En este nivel se concedieron dos segundos premios ex –aequo para los proyectos «Mi compra y yo» del *IES Santa Clara de Santander*, coordinado por Montserrat Bravo Ramos y Claudio García Barrios. Y el proyecto «Con-ciencia desde el aula» del *IES Fuente Fresnedo* y coordinado por Mª José Sáiz Rodríguez.

> Educación Especial

En **Educación Especial** el primer premio fue para el proyecto «Yo también me administro» de *Aspace-Cantabria de Santander* y coordinado por Ignacio San Miguel Coca. El objetivo general del proyecto fue crear y manejar un instrumento que posibilitase la gestión de la economía doméstica haciendo partícipes a este colectivo de una realidad social y facilitando la compresión y desenvolvimiento en la vida cotidiana.

El segundo premio fue para el proyecto «¿Estas conectado?» del *CC San Martín de Santander*, coordinado por Rocío Merino Cuesta.

Cuaderno Viajero: «JOSÉ FÉLIX GARCÍA CALLEJA»

*** En homenaje al Director General de Asuntos Europeos y Cooperación al Desarrollo que impulsó esta iniciativa con entusiasmo y junto con la Escuela Europea de Consumidores.**

¿Quiénes pueden participar?

Pueden participar todos los centros escolares inscritos en el Plan de Educación para el Consumo Responsable, formando equipos.

La participación es por aula. Cada aula es un equipo.

Cada centro escolar participará con todos los equipos que quiera.

Cada aula o equipo debe poner en marcha un cuaderno viajero.

El tema es libre, pero debe tener relación con la Educación del Consumidor.

Ver posibles temas en esta página de la RED E-CONS:

http://www.e-cons.net/tools/cast/mat_did_cast.htm

Cada tema debe abordarse teniendo en cuenta una visión europea.

¿Qué tipo de cuaderno?

Un cuaderno físico (con hojas y la forma que cada equipo considere oportuno), que inicia el profesorado con imágenes y textos que servirán de guía para el resto de participantes.

El profesorado iniciará el cuaderno viajero con un título (decidido en clase), ésta será la página 1. Además, utilizará las dos siguientes páginas, (la 2 y la 3) para exponer el tema del que debe hablar el cuaderno.Ver ejemplos en la página web.

¿Por qué es viajero?

Porque cada semana, el cuaderno viaja a una o a varias casas, en ellas las familias (junto con el alumnado) van completando el cuaderno. Cada familia tendrá dos páginas.

¿Cómo viaja el cuaderno?

El profesorado le entrega el cuaderno cada dos o tres días a un alumno o alumna (distinto/a) quien deberá llevarlo a su casa y, junto con sus padres-madres y/o abuelos/as y/o hermanos/as lo completan (dos hojas con imágenes, recortables, fotos, etc.) de acuerdo con el tema elegido. Luego lo debe llevar de nuevo a clase, comentarlo en clase y entregárselo al profesorado, quien se lo entregará a otro/a alumno/a para que siga la rueda.

¿Cuando termina el cuaderno de viajar?

Cuando haya viajado por todas las familias. Las dos/tres últimas páginas serán completadas también por el profesorado, incluyendo el índice y un resumen final.

¿Qué hacer con los cuadernos viajeros?

Enviar los cuadernos, físicamente, a la Escuela Europea de Consumidores, antes de finales de mayo de 2008. Deben enviarse físicamente y escaneados para poderlos colgar en la página web.

PREMIOS

Como en el año anterior todos los cuadernos viajeros serán colgados en la web:

http://www.e-cons.net/home_cast.htm

Todos los grupos participantes obtendrán un diploma de participación.

Un jurado evaluará los cuadernos y entregará premios sorpresa a los más completos.

Escuelas Viajeras y Consumo

Escuelas Viajeras es un Programa de intercambio escolar entre Comunidades Autónomas que potencia la transversalidad y educación en valores, fomentando la cooperación, convivencia, tolerancia y respeto entre alumnos y alumnas de diferentes Comunidades que conviven durante un tiempo en el espacio educativo asturiano y profundizan en el conocimiento de Asturias (tradiciones, cultura, orografía, deportes, medio ambiente…)

Es un recurso educativo que permite a los estudiantes continuar el aprendizaje iniciado en el aula, aportando un espíritu innovador y proporcionándoles nuevas estrategias y contenidos de aprendizaje. Mediante la realización de una determinada ruta se facilita el conocimiento de Asturias, su riqueza y características peculiares, respetando y resaltando las peculiaridades individuales, la convivencia, la diversidad lingüística, geográfica y cultural de las Comunidades Autónomas participantes.

Los centros educativos elaboran un proyecto educativo que incluye actividades a realizar antes, durante y después de la ruta. Partiendo del trabajo previo realizado en el aula en torno a la Comunidad que se va a visitar, 15 alumnos y alumnas de tercer ciclo de Primaria, en compañía de su profesor/a, realizan durante una semana una ruta por algunos de los lugares más emblemáticos de nuestra Comunidad.

El Programa de Escuelas Viajeras se plantea como una actividad complementaria, que tiene una clara finalidad educativa, promueve un modelo de Escuela plural y abierta, que ofrece un amplio abanico de posibilidades de aprendizaje desde la experiencia que aportan las rutas o itinerarios educativos diseñados a tal fin. Es la escuela diaria trasladada a otra realidad cultural, social, lingüística, ambiental, saludable, etc, donde el alumnado aprende, se relaciona convive y desarrolla capacidades para el mejor desenvolvimiento en la vida cotidiana.

Durante una semana tres grupos de alumnos/as y el respectivo profesorado, de diferentes procedencias, conviven y se relacionan conociendo los recursos educativos de nuestra Comunidad Autónoma.

La actividad tiene como **objetivos principales**:

1. Fomentar la convivencia y cooperación del alumnado, respetando las diferencias culturales, lingüísticas, etc. de las comunidades participantes.
2. Lograr el adecuado nivel de conocimiento, comprensión y respeto a la Comunidad visitada
3. Crear hábitos de valoración y respeto al patrimonio y el medioambiente.
4. Suscitar en los alumnos/as una actitud de aprendizaje permanente tanto dentro como fuera de las aulas.

El programa va dirigido al alumnado de 5º y 6º de Primaria. Tienen preferencia los procedentes de zonas rurales y periféricas de las ciudades.

La actividad se desarrolla en dos campañas: primavera y otoño. Durante estas dos campañas Asturias recibe 30 grupos de 15 alumnos/as cada uno y un profesor/a por grupo. Simultáneamente 15 grupos asturianos y sus respectivos profesores, visitan otras Comunidades Autónomas. Es una actividad subvencionada en su totalidad (traslado, alojamiento, comidas, etc.) por el Ministerio de Educación y Ciencia y la Consejería de Educación y Ciencia del Principado de Asturias mediante convenio de colaboración.

En el caso de la visita a nuestra Comunidad Autónoma la estancia se concreta en los siguientes puntos de interés:

>Oviedo: Junta General del Principado, Arte Prerrománico asturiano, Museo de Bellas Artes y casco antiguo. (Nuestra capital)

>Cabo Vidio y Cudillero: Panorámica de la costa asturiana.

>Cuencas Mineras: **Centro de Formación del Consumidor** y Museo de la Minería.

>Gijón: Panorámica de la Ciudad, Universidad Laboral, Museo del Ferrocarril, Llagar Cabueñes.

>Tamón: Aula de Naturaleza de La Fruta y producción industrial.

>Cangas de Onís: Covadonga (Real Sitio), Lagos de Covadonga y Parque Nacional de los Picos de Europa.

>Llanes: Panorámica.

>Villanueva de Santo driano: Ruta del oso (cercado y casa del oso y visita a Proaza).

>Alojamiento: Camping Deva, Gijón.

En lo que respecta a la visita **en el Centro de Formación del Consumidor de la Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo,** la actividad realizada se concreta en un viaje relámpago en esta ruta viajera. Nunca mejor dicho es una «parada» para que profesionales de la enseñanza de otras Comunidades Autónomas conozcan este recurso educativo que nunca deja de sorprender a cuantos por aquí pasan.

La actividad que realizan nuestros visitantes queda reducida por el escaso tiempo que su apretada agenda les permite dedicar a cada visita. Durante una hora aproximadamente trabajamos con el alumnado dividido por grupos, actividades relacionadas con la **alimentación saludable**, puesto que entre otras cosas, forma parte de su proyecto de convivencia y conocimiento. Para ello:

1. Repasamos la rueda de los alimentos y trabajamos los mínimos de una alimentación saludable.
2. Por grupos confeccionan un menú equilibrado.
3. Realizan una compra ficticia en nuestro supermercado, de los ingredientes que necesitan para elaborar dicho menú, para ello tienen un presupuesto previo que han de tener en cuenta a la hora de realizar sus compras.
4. Deben fijarse en las ofertas, los precios, el etiquetado, el precio por unidad de medida, la distribución de los alimentos…
5. Pagan en caja.
6. Revisan el ticket de la compra.
7. Finalmente, si han encontrado alguna irregularidad (precios que no están expuestos o no se corresponden con los de las estanterías, productos caducados o en mal estado, alimentos perecederos fuera de la nevera, ofertas que no son ciertas…), la dejamos patente pidiendo la «hoja de reclamaciones» y cubriéndola en el mismo Centro de Formación del Consumidor.

Es una actividad que, aunque se realiza de una manera acelerada, deja en los participantes una grata sensación. Hasta el momento siempre han elogiado el espacio, los materiales y las actividades que aquí se realizan a pesar de ser un grupo muy numeroso (45) teniendo en cuenta que nuestras instalaciones están pensadas para trabajar con grupos más reducidos.

Como responsable del Centro de Formación del Consumidor de Blimea resulta muy gratificante saber que este Centro de Formación del Consumidor sirve de escaparate, fuera de nuestra Comunidad Autónoma para **«aprender a consumir».**

Durante la campaña de otoño que acaba de finalizar, han visitado el CFC los siguientes Centros educativos:

1. **CEIP Carmen Arias (Ciudad Real)**
2. **ZER Espernallac (Lleida)**
3. **CRA Somontano (Teruel)**
4. **C.P. Vera Cruz (Burgos)**
5. **CRA San José (Albacete)**
6. **CEIP Tierno Galván (Sevilla)**
7. **C.P. Zurbaranbarri (Bilbao)**
8. **C.P. Ntra. Sra. De Loreto (Córdoba)**
9. **C.P. Mare de Déu de la Salud (Alicante)**
10. **CEIP Nicomedes Sanz (Valladolid)**
11. **CEIP Mediterráneo (Córdoba)**
12. **CEIP Mare de Déu (Barcelona)**
13. **C.P. San José (Soria)**
14. **C.P. Seis de Diciembre (Madrid)**
15. **C.P. Luis Fuentes (Navarra)**

Ahora sólo nos queda esperar la primavera para que, nuevamente abramos nuestras puertas al exterior y disfruten con nuestras actividades otros «escolinos» viajeros.

Beatriz González Braga
Centro de Formación del Consumidor. Blimea. Asturias
cfc@mancomunidadnalon.e.telefonica.net

Una experiencia de la Escuela Profesional La Salle de Paterna

El Big-Bang del Consumo Responsable

Europa, tan cerca, tan lejos... el punto de partida de nuestra reflexión

Europa, tan cerca y tan lejos. Somos una parte del mismo pero a su vez ¿nos consideramos dentro? ¿Somos Europa? ¿Sabemos de lo que hablamos? ¿Nos da miedo?

Perú, África y España son los grandes pilares donde se asienta la cultura sobre consumo responsable de la Escuela Profesional La Salle de Paterna (Valencia)

Y os estaréis preguntando porqué hay que ir tan lejos a poner los pilares. Pues bien varios profesores de nuestra escuela tuvimos la oportunidad de tener experiencias en países del sur unos en Perú y otros en África y de allí nos trajimos grandes vivencias, pero sobre todo una necesidad importante de trabajar temas de comercio justo y consumo responsable.

Nuestra primera experiencia en temas de consumo responsable fue la participación en el Certamen Europeo del Joven Consumidor. La idea de Europa saltaba a la palestra, competíamos contra otros jóvenes europeos y tuvimos la suerte de ir a conocer y descubrir esa Europa de la que tanto hablábamos.

Pero nuestro objetivo no era competir, ni ganar; Perú y África seguían retumbando en nuestra cabeza y fueron el trampolín hacia la dimensión europea de la Escuela. Queríamos cambiar a nuestros alumnos y alumnas para poder cambiar ese mundo que habíamos descubierto lejos, pero no servía de nada hacerlo solos.

La idea de Europa era un tema recurrente cada vez que intentábamos trabajar el consumo responsable. Poco a poco ese interés de unos pocos iba calando en el centro. Unos animados por temas de Agenda 21, otros por temas de justicia social, otros por temas de consumo, algunos por idiomas o solo por salir.

El tema de la apertura a Europa para la solución de los grandes problemas del mundo iba calando en nuestro centro como cala el sirimiri en la tierra y la empapa para que esta en breve pueda dar frutos impresionantes.

Y aquí llega el famoso big-bang: una gran explosión se produce en el centro cuando nos damos cuenta que Europa y Consumo Responsable es un binomio indisoluble que hace explotar una dinámica imparable de actividades y proyectos en el centro.

Agenda 21 escolar, consumo responsable, comercio justo, Comenius, Europa, Letonia, Proyecto, Consumópolis, Asociación Multilateral, comercio justo, Bélgica, agentes 21, ecoauditoría Escolar, 4Rs, química a microescala, justicia social, sostenibilidad, reciclaje, desarrollo sostenible…

Es decir, un montón de proyectos, de ideas, de ilusiones, de trabajo que empiezan a germinar en esa tierra abonada y rica que habíamos trabajado durante años.

DE UN MONTÓN DE ACTIVIDADES.....A UN GRAN PROYECTO: UNA ASOCIACIÓN MULTILATERAL COMENIUS SOBRE MEDIO AMBIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE

Consumo responsable: El equipo Célula Europa es el responsable de dinamizar actividades relativas al consumo responsable con relación a Europa. Lo que empezaron siendo pequeñas actividades sueltas han pasado a ser proyectos a trabajar en Europa, Asociación Multilateral Comenius con 14 países europeos es el nuevo reto que tenemos por delante, el proyecto: Medioambiente y consumo responsable.

El ser un centro miembro de la red e-cons nos ha abierto a relaciones como la escuela ZAVO de Bélgica muy atractivas tanto para alumnos, como padres, así como profesores. 5 alumnos y dos profesoras han estado en Bélgica para poner en común temas de consumo responsable agua, energía, alimentos, planeta ideal, soluciones que podemos aportar… El objetivo era ver que problemas teníamos en común y que soluciones le dábamos desde dos centros

tan distantes. La experiencia ha sido genial y ahora muchos más alumnos del centro quieren ser Agentes 21 para poder formar parte de las expediciones a Europa para aprender a consumir y cuidar el medioambiente.

Todo el centro espera con impaciencia la puesta en marcha de la asociación multilateral para poder alejarnos de nuestras fronteras y hacer de Europa nuestra casa de verdad, un lugar donde nos encontremos cómodos y un lugar para cuidar y donde aprender a vivir juntos y de una manera responsable.

Después de estos años de trabajo, educar a los alumnos de secundaria en temas de consumo responsable mediante la participación de los mismos en el concurso de Consumópolis es una tarea sencillísima, nosotros anunciamos el inicio del concurso y ellos se pelean para encontrar profesores que les apunten, les abran la sala de informática en los recreos, les echen una mano con las respuestas… La motivación es total.

EL PROTAGONISMO DE NUESTROS ALUMNOS Y ALUMNAS:

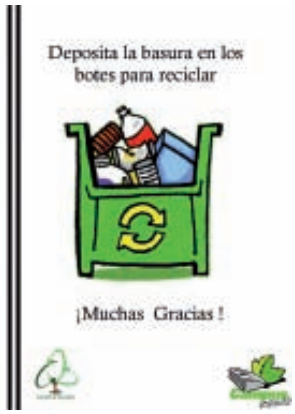
Algunos profesores del centro nos dimos cuenta de la importancia que tenía para nosotros el consumo responsable y los pocos medios con los que contábamos, así que decidimos involucrar a los alumnos en la confección de unos carteles a gran formato (210x90 cm) llenos de imágenes sugerentes sobre temas de consumo responsable que a ellos les interesase. Estos carteles estarían acompañados de una guía didáctica para que alumnos y profesores de distintos niveles educativos pudieran trabajar estos temas a partir de las imágenes elegidas.

Los temas que eligieron para los carteles fueron: Las 4 Rs, Salud (sida, pearcings, tatuajes), Agua, Energía, consumo responsable, comercio justo y jóvenes de bajo consumo.

Ellos se encargaron del diseño de los carteles, elección de fotos, frases, lemas y por tanto los acabados son actuales y los colores y formas que a ellos les llama la atención y les gusta. Luego navegaron por Internet en busca de actividades, talleres y páginas web que a ellos les llegaban y fueron así poco a poco completando esa guía didáctica.

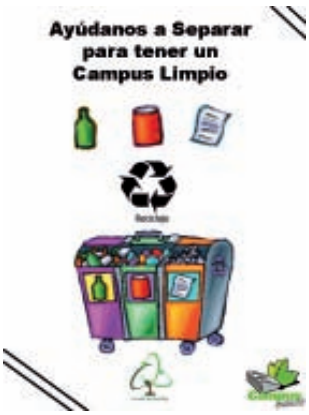
El resultado, aún en fase de maquetación final, tiene muy buen aspecto y la idea es editarlo para que se pueda utilizar en todas las aulas del centro y prestarlo a otros centros que lo soliciten. Quiere ser un trabajo de los alumnos y para los alumnos.

A veces nos asalta la duda de si este big-bang será demasiado para un centro como el nuestro, pero hay una preocupación importante entre el profesorado que anima estos proyectos y es la necesidad de que todo esté insertado en las estructuras normales de un centro educativo, las actividades estén incluidas en el currículum normal de cada etapa y nivel, y así no sea un añadido a nuestras programaciones sino que forme parte intrínseca de las misma, eso se va consiguiendo poco a poco y el consumo responsable va formando parte del centro como un verdadero eje transversal y no como un eje añadido a la programación general. Las actividades más importantes se llevarán acabo desde los ciclos, los departamentos… Todas las campañas realizadas en el centro tendrán como eje transversal los puntos anteriores y así, con una participación de todos los profesores del centro cada uno a su nivel (unos de manera puntual, otros de manera sistemática, otros de manera total) es como queremos conseguir que todo este proyecto complejo pero ilusionante vaya adelante.



Es verdad que no podemos olvidar el trabajo importante de los alumnos, que voluntariamente se autonombran agentes 21 y se comprometen a colaborar en el proyecto para la consecución de los objetivos.

Estos agentes 21 son los encargados de planificar en parte el proyecto, de llevarlo adelante, de motivar a sus compañeros y de evaluar la buena marcha del proyecto en nuestro centro y de reunirse después con agentes 21 de los otros centros europeos para ver la buena marcha de la asociación Multilateral y proponer cambios y mejoras para que se consigan en todos los centros los objetivos marcados.



Desde la Escuela Profesional La Salle de Paterna (Valencia) queremos animaros a que explote vuestro propio Big-Bang, que os dejéis llevar por el consumo responsable y que no os de vértigo Europa, hay que salir y hay que buscar soluciones conjuntas, vuestros alumnos, vuestras familias y sobre todo el planeta os lo agradecerán.

Proyecto «ConsuModa»

A lo largo del curso 2006-07 el IES María Casares de Oleiros (A Coruña), participó por segu ndo año en la Red de Educación del Consumidor, trabajando el tema de la vestimenta en el proyecto *«ConsuModa»* con los alumnos y alumnas de 4º de ESO y 1º de Bachillerato.

Partimos de la realidad de la sociedad actual caracterizada por la abundancia de productos y el reclamo constante de la publicidad que crea necesidades artificiales sin las cuales creemos que no es posible vivir.

Los adolescentes comienzan el proceso de emancipación respecto a la familia y tienen necesidad de una integración social muy fuerte en el grupo de compañeros. Este grupo exige unas normas de conducta, de actitudes y comportamientos que se consideran apropiados por la mayoría. Así los chicos y chicas comprarán productos que sus modelos utilizaron para conformar su imagen y su identidad y se reafirmarán de forma natural poseyendo determinadas marcas y productos.

El trabajo comenzó con la realización de un cuestionario sobre moda y hábitos de consumo de ropa. Las conclusiones obtenidas de las encuestas fueron:

> El interés por la moda comienza sobre los 12/13 años. Para todos ellos el más importante es: el estilo propio y la comodidad.

> Consideran que lo que más les influye a la hora de elegir su ropa son los amigos y la publicidad y lo que menos, los gustos familiares.

> El gasto más fuerte de ropa lo hace la familia, aunque ellos compran a menudo con su dinero.

> El alumnado suene pasar los fines de semana con los amigos en los centros comerciales de la zona, sobre todo durante el otoño y el invierno. Entran en Las tiendas de forma habitual, para ellos es una manera de pasar el tiempo.

> Los chicos y chicas tienen hábitos de compras bien diferenciados. Las chicas, en una gran mayoría, compran ropa de buen precio, prefiriendo la cantidad a la calidad. Algunas van de compras una vez al mes.

> Los chicos prefieren ropa que les dure, decantándose en algunos casos por ropa de marcas conocidas, y van menos de compras.

> El alumnado piensa que el gasto en ropa coincide con el que ellos consideran apropiado.

En una visita a la *Escuela Gallega de Consumo (EGC) de Santiago de Compostela*, el alumnado trabajó en el taller *«Lenguaje publicitaria»* que sirvió para que, posteriormente, trabajase en el aula la publicidad y la moda, haciéndoles ver los componentes positivos y negativos de estas y despertando en ellos una actitud crítica ante la atractiva llamada de la publicidad. Una de las cosas que más les extrañó fue comprobar que ciertas revistas utilizaban, aún, el reclamo de tópicos sexistas.

En otro taller desarrollado en la EGC de Santiago, *«Resolución de conflictos»*, aprendieron a hacer una reclamación y sirvió de punto de partida para la realización de una exposición de carteles donde aparecían recogidos los derechos que tienen como personas consumidoras.

Por otro lado, aprendieron a interpretar el etiquetado de la ropa: ¿que datos debe contener obligatoriamente una etiqueta?, ¿que significan los símbolos utilizados?

Con el objetivo de descubrir el armazón de una multinacional de moda programamos y realizamos una visita al grupo *Inditex* en el ayuntamiento de Arteixo (A Coruña). Entre otras cuestiones, les llamó especialmente la atención la edad de los diseñadores, todos muy jóvenes, además de los pedidos de ropa de tiendas de los cinco continentes. Les resultó muy interesante la eficiencia y la rapidez de todo el proceso.

Aprovechando la visita en el segundo año de intercambio con el Instituto Miguel de Cervantes de Varsovia, llevamos a cabo un estudio comparativo entre los dos países. Los estudiantes polacos cubrieron un cuestionario donde se reflejaron sus hábitos de compra. Las conclusiones obtenidas más destacables fueron:

> Las rebajas sólo las tienen en el verano.

> Las compras mayoritariamente las hacen en tiendas del grupo *Inditex* (consecuencia de la globalización de los mercados y de los gustos).

> Los gustos en el vestir: la utilización de los colores por nuestro alumnado (considerándolo muy variado y excesivamente colorista) y el estilo deportivo en la forma de vestir cotidiana.

El alumnado participante en el proyecto consideró que la experiencia les enseñó a tener en cuenta los factores que confluyen a la hora de hacer una compra, a la vez que les ayudó a desarrollar una capacidad crítica que no tenían ante la publicidad.

Asimismo, fueron conscientes de que todo está comercialmente planificado para fomentar las compras, desde la música a la estudiada colocación de las prendas: los productos básicos al fondo, los complementos situados cerca de las cajas de pago..., lo que consigue que todo se resuma en un mensaje final: «No pienses, compra».

El Centro de Formación del Consumidor Móvil

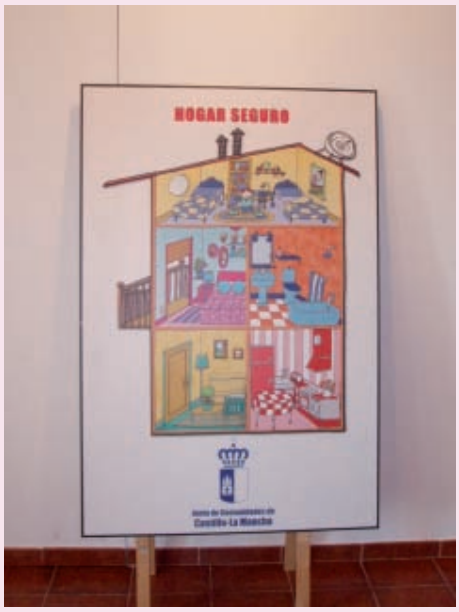
Un recurso itinerante, provisto de talleres en los que se recrean situaciones habituales de consumo, y en los que los alumnos realizan actividades que le enseñan a consumir de manera responsable.

Desde el Instituto de Consumo de Castilla – La Mancha, y dentro del Programa Regional de Educación del Consumidor, surge una iniciativa que integra actividades de carácter lúdico y formativo: El Centro de Formación del Consumidor Móvil.

Conscientes de que la educación del consumidor debe hacerse de una forma continua y con la participación de todos los ciudadanos, en marzo del 2007 comenzó su andadura por tierras castellano manchegas el Centro de Formación del Consumidor Móvil, que ofrece una amplia gama de actividades a desarrollar en cualquier punto de nuestra comunidad.

Los equipamientos y materiales educativos de los que dispone este centro móvil, por su diseño y contenido, van dirigidos a alumnos con edades comprendidas entre los seis y doce años.

Las actividades propuestas se engloban dentro de cuatro áreas de trabajo diferentes: alimentación, seguridad en el hogar, medio ambiente y comercio justo.



- Dentro del área de alimentación se tratan aspectos como la clasificación de alimentos, dieta equilibrada, el supermercado y etiquetado de alimentos.

- En el área de medio ambiente se trabajan conceptos clave como hogar y medio ambiente, medio ambiente y entorno y, por último reciclaje y selección de residuos.

- En el área de seguridad los contenidos se han estructurado en torno a dos bloques: hogar seguro, con un repaso a las causas de los principales accidentes domésticos y por último reconocimiento de la simbología aplicada a los productos peligrosos.

- Finalmente, dentro del área de comercio justo, se da a conocer esta alternativa al comercio internacional, difundiendo los principios y objetivos de este sistema alternativo al comercio tradicional.

Los equipamientos de los que consta el Centro de Formación del Consumidor móvil son: doce paneles informativos, dos banderolas informativas, cuatro paneles interactivos en los que los niños, con figuras imantadas van componiendo el contenido de cada uno de los paneles, un supermercado que dispone de todo tipo de alimentos, cubos para la clasificación y separación de residuos y una exposición de los productos más representativos de la red de comercio justo.

Dispone igualmente de un macro juego tipo oca, para la recopilación de contenidos adquiridos tras la visita al Centro de Formación del Consumidor: «El gran juego del consumo»

Los talleres tienen una duración media de dos horas, dependiendo siempre del nivel del grupo y de los conocimientos de partida. En cada sesión se atiende una sola clase de aproximadamente 25 alumnos.

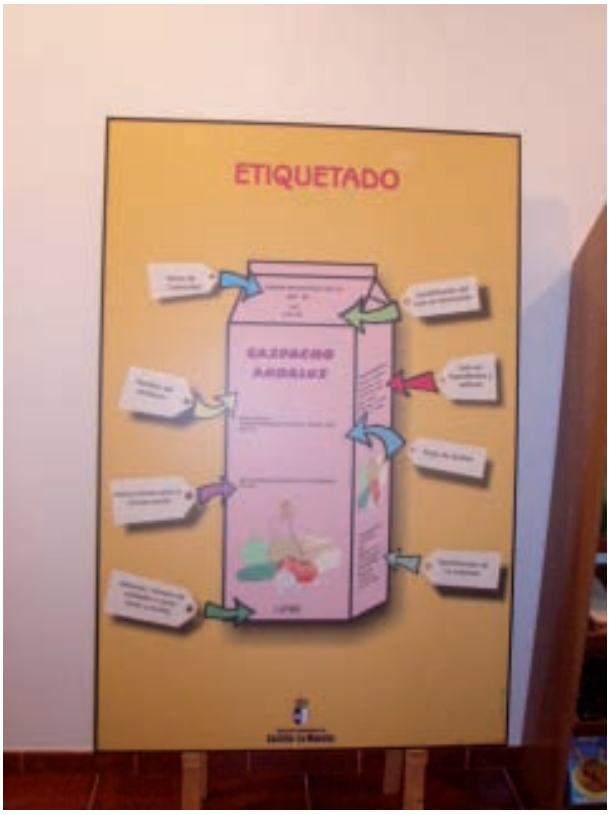
Cada grupo, en base al nivel educativo, puede realizar diferentes combinaciones de talleres, según la disponibilidad de tiempo y temas que más interés le susciten, pero lo más recomendable es realizar todos los talleres del mismo área en una visita.

Las actividades a realizar por los alumnos se basan en la observación dirigida y la participación directa en cada tema, con el fin de que la información adquirida la asimilen con mayor facilidad, por ello, la secuencia general de las actividades que se desarrollan con los grupos en cada taller es la siguiente:

1. Una primera *charla* introductoria para acercar al alumno a los contenidos básicos del taller,

2. Realización de *juegos de rol* y otras actividades prácticas para buscar información y rellenar la *ficha de actividades*,

3. Y por último, una recopilación de los conocimientos adquiridos mediante una *puesta en común* con todo el grupo.



En la actualidad el Centro de formación del Consumidor Móvil ha visitado ya las provincias de Albacete y Ciudad Real, en ésta última permanecerá hasta marzo del 2008.

El Instituto de Consumo de Castilla- la Mancha, oferta esta actividad a todas aquellas entidades del territorio castellano manchego que estén interesadas fomentar la educación del consumidor, y como único requisito deben cumplimentar el formulario de solicitud que se puede solicitar en el teléfono **967 506 712** o en el siguiente correo electrónico: **proamsl@terra.es**

Se gestionarán todas solicitudes recibidas, con el fin de elaborar un calendario de itinerancias para todo el año.

Instituto de Consumo de Castilla – La Mancha

Necesidades Educativas Especiales: Seguridad en el Hogar

NACE UNA IDEA ...

La formación en consumo es una constante para la Dirección de Consumo y Seguridad Industrial de Gobierno Vasco. Por ello y desde hace 18 años, viene desarrollando distintos programas formativos con el objetivo de garantizar el derecho a la educación y a la formación en materia de consumo, tal y como recoge el Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias.
Dentro de estos programas formativos se enmarca Kontsumo Gelak, el centro de formación en consumo del Gobierno Vasco. Su objetivo de formar a la ciudadanía, no se vería cubierto si no se tuviera en cuenta a todos los colectivos que conforman el tejido social.

En el año 2003, Kontsumo Gelak elaboró el paquete formativo básico, como oferta formativa para personas con necesidades educativas especiales. Tras el éxito cosechado durante sus tres primeros años, se vio la necesidad de ir más allá, de elaborar una nueva acción formativa que partiera de las necesidades propias y reales del colectivo. Por tanto ¿qué mejor que hacerlo mediante un proceso trabajado por los agentes directamente implicados?
Sobre esta base arrancó lo que hoy en día es el taller de «Seguridad en el hogar. Necesidades educativas especiales».

Kontsumo Gelak se puso en contacto con 14 centros educativos, asociaciones y fundaciones de los tres Territorios Históricos Vascos que trabajaban con personas con necesidades educativas especiales y a partir de ahí, se desarrolló el proceso en seis fases.

EL PROCESO...

Primera fase: PREGUNTAR.

Se inició un proceso de consulta con las personas educadoras de los 14 centros sobre las necesidades formativas detectadas en materia de consumo.

Segunda fase: RECOPILAR, INTERPRETAR...CONCLUIR.

Se realizó la valoración e interpretación de los datos y valoraciones recogidas, y se llegó a la siguiente conclusión: ***Necesidad de elaboración de una acción formativa relacionada con la seguridad en el hogar.***

Tercera fase: ELABORAR.

Desde Kontsumo Gelak se pensó, diseño y elaboró un taller que tenia que contar con las siguientes características:

1. Ser dinámico, atractivo y ajustarse a los intereses de los grupos..
2. Estar adaptado a la heterogeneidad de los grupos.
3. Ajustarse a los intereses de los mismos.
4. Estar dotado de claves prácticas, fácilmente comprensibles y, que fomentan en el alumnado la sensación de eficacia.

Cuarta fase: PRESENTAR Y CONSENSUAR.

Se convocó a los y las profesionales de Educación Especial que estaban incluidos en el proceso a la presentación del taller. Varios de estos centros colaboraron directamente analizando y valorando tanto el taller en general, como sus distintas posibilidades de aplicación en los centros.

Quinta fase: MODIFICAR

Se realizaron las modificaciones oportunas en base a las aportaciones hechas por los profesionales, y la totalidad de proceso se materializó en un taller elaborado en base a unas necesidades reales y sentidas.

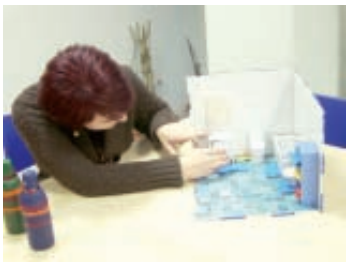
Sexta fase: Y... ¡OFERTAR!

Hoy «Seguridad en el hogar: Necesidades Educativas Especiales» es un taller cuya demanda va en aumento, y los resultados obtenidos tras su ejecución cubren todas las expectativas puestas en él.

Valoraciones de centros que participaron en el proceso de elaboración

Centro: *IES Andra Mari de Galdakao. Bizkaia Profesora: Paula López Domínguez*

- La utilización del soporte informático lo hace muy atrayente porque favorece la interactuación.



- Trabajar en el contexto natural donde se suceden las acciones (los peligros de la cocina en una cocina real) facilita adquirir hábitos de seguridad. Cuando no es posible hacerlo en un espacio real (cuarto de baño) el presentar una maqueta facilita el acercar a los alumnos a la situación real.

- Es un taller bien estructurado. Se trabajan los peligros desde el portal hasta las distintas dependencias del hogar. Además se sigue la secuencia: primero detectan los peligros y luego se valora que hacer en esas situaciones.

- Las actividades están propuestas desde un punto de vista lúdico y favorecen la participación de los alumnos.

«Nuestros alumnos quedaron encantados con el taller y se les hizo muy entretenido. Les sirvió para recordar medidas de seguridad y evitar accidentes en el hogar afianzando el objetivo general que se trabaja en clase: adquirir hábitos de salud y seguridad»

Centro: *Fundación Argia de Getxo. Bizkaia Monitora: Itziar Bustingorri Azkorra*

Me pareció especialmente interesante la encuesta sobre las capacidades cognitivas de nuestro grupo y la posibilidad de adecuar el taller a estas características.

En cuanto al planteamiento del taller, fue especialmente práctico y útil porque nos ponía a todos y todas en situación de diferentes posibles accidentes. Esta fórmula creo que ayuda mucho a recordar aquellos momentos en los que hay que estar atentos, dosifica la información para dar tiempo a asimilarla y al ser repetitiva, fue muy positiva para nuestro grupo. Hoy es el día que recuerdan mucho de la información dada en el taller.

Para finalizar, agradecemos que escuchasen nuestras necesidades en la reunión previa a la que acudió mi compañero Javi, estamos muy contentos con el servicio.

Centro: *Aixerrota BHI de Getxo. Bizkaia Profesora: Jaione Eguskiza Mentxaka*

- Proceso de elaboración.

El primer paso fue una recogida sobre nuestras necesidades, en nuestro caso el alumnado del A.A.T (Aula de Aprendizaje de Tareas). Una vez detectadas las mismas, en setiembre tuvimos una reunión los profesores donde se nos presentaron los contenidos y materiales disponibles.

En febrero, concretamente el 14, acudí con el alumnado del A.A.T. a realizar el taller. Así pues, nuestra valoración es muy positiva, ya que el tema era una de nuestras propuestas y además conocer de antemano cómo se iba a desarrollar nos ha permitido hacerlo en nuestro espacio educativo.

- El resultado por tanto ha sido efectivo y positivo, pues se ha convertido en una consecución de lo trabajado en clase, con materiales más adecuados de los que contamos.

- La puesta en práctica.

El objetivo principal del A.A.T. es la autonomía personal. La seguridad y evitar los peligros son procedimientos básicos para conseguir la autonomía. Por todo ello, hemos podido poner en práctica en muchos de los ámbitos que trabajamos.

Autocuidado.

- Utilización correcta del baño
- Utilización correcta de los utensilios y servicios de mesa.

Habilidades de vida en el hogar.

- Usar aparatos y utensilios comunes en el hogar, con el fin de llevar a cabo diferentes tareas domésticas, tomando las medidas de seguridad oportunas.

Autodirección

- Realizar actividades adecuadas a los lugares, condiciones e intereses personales, respetando a las personas, los materiales y sin correr riesgos.

Salud y seguridad

- Conocer e interpretar las nociones básicas sobre seguridad en general para poder evitar peligros.

En nuestro caso, el taller ha sido muy adecuado y funcional.

La Valoración del equipo de Kontsumo Gelak

La experiencia del proceso participativo de elaboración ha sido muy positiva para el equipo técnico de Kontsumo Gelak. La respuesta de los grupos al planteamiento ha sido muy satisfactoria, y su experiencia educativa en el ámbito ha resultado muy enriquecedora.

Tras el proceso, nos quedamos con la satisfacción de una labor bien hecha, de un taller que está al servicio de la ciudadanía y de la buena respuesta que hemos recibido por parte de los colectivos implicados.

Consumópolis 2 . Premio DOBLE

Con alegría nuestra Comunidad Autónoma ha recibido un Primer Premio en la Fase Nacional del Concurso Escolar 2006-2007, con el juego Consumópolis, que en ésta segunda edición se ha proyectado bajo el lema *«Consumo responsable y calidad de vida».*

La principal característica de este concurso es su modalidad vía internet, accesible desde el portal del juego Consumópolis, interactivo, on line, y constituido por escenas de la vida cotidiana de la simbólica cuidad del consumo responsable, bajo las siguientes escenas : la casa, el colegio, la calle y de compras.

Los objetivos perseguidos en este juego han sido:

> Sensibilizar al alumnado de la importancia que tiene realizar un consumo responsable y como conjugarlo con el bienestar y calidad de vida.
> Sensibilizar al profesorado de la importancia que tiene la educación del consumidor desde los años más tempranos de nuestra vida.
> Fomentar la participación de los centros educativos, en actividades atrayentes y lúdicas relacionadas con la educación del consumidor, mediante la interacción del profesor alumno.

La filosofía del concurso se encuadra en el marco de conductas de un consumo responsable, siguiendo las pautas de las cuatro C.: conocer, comprender, comparar y consumir.

Un año más, parte representativa del alumnado extremeño ha participado en un concurso escolar con referencia a temas de consumo, éstos han sido los escolares matriculados en cualquier centro público, concertado o privado del territorio regional, en alguno de los tres niveles:

- Tercer Ciclo de Enseñanza Primaria
- Primer Ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria.
- Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria.

El concurso se ha realizado por equipos de cinco alumnos de un mismo ciclo y coordinados por un profesor de ese ciclo.
Ha constado de dos partes:

1ª Parte Actividades del juego Consumópolis 2
2ª Parte elaboración de un trabajo consistente en :
A) Campaña Publicitaria
B) Memoria escrita sobre la participación en el juego.

Y se ha desarrollado en dos fases :

> Fase Autonómica
> Fase Nacional

En nuestra Comunidad Autónoma de Extremadura se registraron 32 equipos, participando en el concurso 22 de ellos.

- Un equipo matriculado en tercer ciclo de primaria
- Un equipo matriculado en primer ciclo de E.S.O.
- 20 equipos matriculados en segundo ciclo de E.S.O.

Equipos matriculados en los siguientes centros educativos:

C. de Educación Especial «Ntra. Sra. de las Cruces».....Don Benito
I.E.S. «Grabiel y Galán».....Plasencia
I.E.S. «Perez Comendador».....Plasencia
I.E.S. «Tamujal».....Arroyo de San Serván
I.E.S. «Quintana de la Serena».....Quintana de la Serena
Colegio «Claret».....Don Benito

El ganador en la Fase Autonómica ha sido el equipo de **«Cóctel.com»** **del *Colegio Claret de Don Benito***, nuestro equipo ganador, **Cóctel.com** lo componen :

Profesor Coordinador : Antonio Calatrava Gutiérrez de Tena
Miembros del Equipo :
> Mª del Carmen Sánchez Paredes (xika_pela)
> Beatriz Sánchez Morillo (beatriz_extrem)
> Cristina Muñoz Sánchez (cris_exte)
> Goya Ye Liu (goya_machaca)
> Inmaculada Tapia Díaz-Calderón (inma_tdc)

La entrega de premios se realizó el pasado día 14 de junio de 2007 en Mérida, de manos del Consejero de Sanidad y Consumo, Guillermo Fernández Vara (Actual Presidente de la Junta de Extremadura).

Acto al que fueron invitados todos los equipos participantes, profesores coordinadores de los equipos y directores de los centros educativos donde estaban matriculados los diferentes equipos, así como representantes de la Consejería de Educación.

A finales de la época estival, concretamente el 20 de septiembre

El Director del Centro Educativo, profesor coordinador del equipo y las alumnas que han formado el equipo «Coctel.Com», escolarizadas en el Colegio Claret de Don Benito, de nuestra Comunidad Autónoma de Extremadura, recibieron de manos de S.A.R. los Principes de Asturias su premio, al resultar ganadores en la Fase Nacional a Nivel de Segundo Ciclo de E.S.O en el concurso Consumópolis 2.

El premio consistente en un ordenador portátil para cada uno de los integrantes del equipo y un diploma, por su parte el Colegio obtuvo un premio en metálico de 2.000 euros y diploma acreditativo.

Para ello se desplazaron hasta Madrid, donde se realizó el Acto del Certamen con la entrega de los premios, junto con los ganadores de otros niveles como son :
> Tercer Ciclo de Enseñanza Primaria ganador el equipo Los Frykys de la de la Comunidad Autónoma de Madrid
> Primer Ciclo de E.S.O. el equipo Reciclones de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Desde aquí queremos seguir felicitando a nuestro equipo participante, DOBLEMENTE PREMIADO, que representando a la Comunidad Autónoma de Extremadura en la Fase Nacional del Concurso, ha conseguido el Primer Premio en el Nivel de Segundo Ciclo de E.S.O.

¡ ENHORABUENA !

Por María Carmen Agudo Ballesteros

Ejercer la creatividad para desarrollar la responsabilidad

Confrontados con la posibilidad de desarrollar trabajos sobre un consumo responsable, grupos de alumnos entre los diez y los quince años son capaces de producir mensajes prudentes y llenos de convicción respecto a los riesgos de un consumo compulsivo.

Los escolares de cualquier centro de España vienen teniendo durante los últimos años la oportunidad de participar en un concurso escolar que propone el Instituto Nacional del Consumo con la colaboración de las Comunidades Autónomas. La propuesta para el curso 2007-2008 ha planteado un juego interactivo como primera parte del concurso y la realización, una vez superado este, de un trabajo en equipo consistente en el diseño de una campaña publicitaria que fomentase valores de consumo responsable. La segunda tarea es la que correspondía juzgar y premiar por parte de cada Comunidad Autónoma.

Esta reseña describe algunos aspectos de los trabajos presentados por alumnos de centros de la Comunidad de Madrid, cuya fase autonómica ha organizado la Dirección General de Consumo de esta Comunidad, extrayendo algunas conclusiones de los mismos.

La propuesta explícita del concurso es sensibilizar a los alumnos del tercer ciclo de Primaria y de los ciclos primero y segundo de Secundaria sobre la importancia que tiene consumir de una forma responsable, que sea compatible con el bienestar y la calidad de vida para sí mismos y para su entorno. Pero, implícitamente vinculada a esta propuesta, el concurso favorece el desarrollo de competencias relacionadas con la creatividad, la investigación y la expresión: Los grupos, tal como declaran sus componentes en las memorias que acompañan los trabajos -claro que bajo una expresión más ingenua-, son llevados a esforzarse en sus competencias lingüística, de tratamiento de la información, cultural y artística, de autonomía y, sobre todo, de conocimiento social y ciudadano.

Ciertamente la resolución de todos los elementos que plantea una campaña publicitaria como la que se pide -que en el mundo de la comunicación real habría que suponer emitida por una institución- implica la imaginación, la formulación y la posterior concreción de tareas. Lo que favorece que los chicos y chicas participantes, y en cierto modo el profesor coordinador del grupo, además de profundizar en su cultura sobre consumo, ejerciten y desarrollen diversas habilidades recurriendo a sus conocimientos previos y experiencias.

¿Que trabajos han presentado entonces los alumnos participantes? ¿Cuál ha sido su contenido? Pues todos ellos, al menos así ha sucedido entre los presentados en la Comunidad de Madrid, han expresado una rotunda orientación respecto a dos cuestiones: Un abierto rechazo frente a las actitudes de consumo compulsivo; y una decidida voluntad para preservar del medio natural o social. Podrá considerarse que tales actitudes son en cierto modo excesivas y quedan algo descentradas del motivo principal del concurso -sin duda los trabajos se han concretado bajo cierto esquematismo-, pero esta es la realidad que ha preocupado a los jóvenes participantes que, en lo esencial, es responsable y crítica.

Así, el grupo ganador del segundo ciclo de Educación Secundaria, *Tercero C*, del IES Gran Capitán, de Madrid, se ha centrado en la idea de presentar el consumo irresponsable e innecesario como una enfermedad, la *Consumitis*, producida por la reiterada realización de actos de compra compulsivos e innecesarios, cuyos síntomas principales son la ansiedad, el estrés y el insomnio. Su contundente eslogan es: «¡¡No dejes que te pille la epidemia de consumitis!!»

Los ganadores del primer ciclo de Secundaria, el grupo *Punteros GC*, también del IES Gran Capitán, presentan una campaña impactante y dura, una técnica que en el mundo de la publicidad real podría ser muy efectiva pero también sujeta al riesgo de producir efectos opuestos a los buscados. Lo cierto es que advierten de la posibilidad de un desastre en caso de no cambiar los hábitos de consumo predominantes por otros más autolimitados y austeros. El motivo conductor de su campaña es explicito: «Consumismo. . . ¿Te apuntas a la destrucción?»

Ganador del tercer ciclo de Primaria fue el grupo *Los Frikys*, del CEIP El Sol, de Madrid. Su campaña giraba en torno a la frase: «Consumir sin control te consumo», elocuentemente ilustrada por un ciudadano que gime ante una interminable factura que le supera en tamaño y, previsiblemente, en su capacidad para satisfacerla. El tríptico y el mensaje que desarrolla toda la campaña describen los excesos de consumo en que incurren tantos ciudadanos; advierte de las consecuencias que suelen tener estos; finalmente hace unas propuestas de saludable prudencia. Algo había en este trabajo que, finalmente, le hizo merecedor del primer premio de la fase nacional, que les fue entregado a los chicos junto a los ganadores de las otras categorías - *Reciclones* del IES OCouto de Galicia y *Coctel.com* del colegio C. Claret de Extremadura- en un acto presidido por SS.AA.RR. los Príncipes de Asturias.

Son poco más que niños. Son adolescentes. Pero situados ante un momento de reflexión respecto al consumo, desde luego con la muy valiosa ayuda de un profesor inquieto, producen un bien inestimable: La comprensión y la producción de buenas ideas.

Escuela Aragonesa de Consumo

www.catedu.es/consumo

El 16 de mayo de 2007, el Gobierno de Aragón puso en marcha el portal Escuela Aragonesa de Consumo, fruto del convenio de colaboración entre los Departamentos de Salud y Consumo, y de Educación, Cultura y Deporte, que constituye la apuesta más innovadora en el campo de la educación del consumidor.
Se ubica en el Centro Aragonés de Tecnologías para la Educación (CATEDU) y aglutina a todos los interesados en la materia de educar a los consumidores, aporta orientación pedagógica y recursos para el profesorado, familias, alumnado y técnicos de consumo porque es una herramienta de trabajo utilizable desde las aulas y desde los hogares. En este sentido, la incorporación de recursos para ayudar a las familias en la educación de valores es uno de sus aspectos más llamativos.

La ***ESCUELA ARAGONESA DE CONSUMO*** es un centro virtual de investigación, documentación, formación, de producción de material didáctico, dinamización, orientación y punto de encuentro para la Comunidad Educativa (centros educativos y familias), técnicos de Asociaciones de Consumidores, OMIC/OCIC y empresas, además de otros colectivos con responsabilidad formativa (organizaciones sindicales, medios de comunicación, etc.).

¿QUÉ SERVICIOS OFRECE?

La oferta educativa de la Escuela Aragonesa de Consumo crecerá constantemente. Algunas de las posibilidades que se brindan en estos momentos son:

> Orientación pedagógica. Servicio permanente para abordar esta materia desde cualquier ámbito educativo, a través de un formulario, correo electrónico o por teléfono.

> Oferta formativa destinada al profesorado de la Comunidad Autónoma de Aragón, sobre educación del consumidor.

> Recursos on-line. Esta sección contiene diversos materiales con posibilidad de descarga y creados en diferentes soportes.

> Estudios e Informes: Se divulgan estudios e informes propios u otros realizados por instituciones y organizaciones de reconocido prestigio.

> Consumoteca. Libros y materiales didácticos comentados, sobre diferentes aspectos de la educación del consumidor, para todas las edades. Especialmente dirigida al profesorado y a los padres y madres.

> Proyectos de la Red Aragonesa y Experiencias en centros. Divulgación de las actividades que realizan los centros educativos aragoneses. Se trata de compartir y difundir experiencias.

> Zona escolar. El apartado más visitado y divertido del portal. Ofrece un conjunto de actividades dirigidas a los centros y a las familias para ser realizadas desde el propio ordenador.

> Direcciones de interés. Más de cien enlaces hipervinculados a los principales servicios de los Departamentos de Salud y Consumo, y de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón, así como otros de interés de ámbito español.

> **Concursos.** Comunicación de concursos relacionados con la educación para el consumo.

> **Agenda.** Se publican todo tipo de eventos, relacionados con la formación de los consumidores y usuarios, que organice cualquier institución pública o privada.

> **Legislación.** Se expone, de una forma comprensible, la normativa básica más relevante en materia de consumo sobre aspectos que preocupan a los jóvenes.

> **Revista electrónica «*educonsumo.es*».** Revista digital de educación en valores. En la actualidad, el sumario contiene artículos sobre el juego y el juguete, las experiencias de los centros, las opiniones de algunos jóvenes, comentarios de la *web* del Instituto Nacional del Consumo, debate escolar o familiar sobre la vivienda del futuro, algunas noticias publicadas en los principales periódicos digitales y trabajos remitidos por los escolares.

> **Apúntate.** Puedes inscribirte en la lista de distribución para recibir notificación de novedades.

El inicio de esta andadura lleva a imaginar nuevas posibilidades de ampliar la acción divulgadora, siendo la **Escuela Aragonesa de Consumo** motor de interesantes proyectos de futuro. Su soporte tecnológico la convierte en una herramienta utilizable en las aulas y desde los hogares, porque implica a docentes y familias. Contempla la educación del consumidor como integral e integradora, junto al resto de transversales, especialmente con salud y medio ambiente, y con la educación para la ciudadanía.

No hay que olvidar que, al estar en la red de redes y no tener ningún tipo de restricciones para su uso, puede ser utilizado por los formadores y consumidores de cualquier lugar de España y del mundo.

«Visita el portal en www.catedu.es/consumo, envía tus sugerencias y ayúdanos a difundirla entre tus contactos. Y, sobre todo, aprovecha para sentarte con tus hijos, alumnos o amigos ante el ordenador con el fin de descubrir que, a través de esta ESCUELA, la tecnología también es útil para poner en práctica y rescatar los mejores valores de los consumidores responsables.»

Salvador Berlanga Quintero
Coordinador de la Escuela Aragonesa de Consumo
consumo@educa.aragon.es

La **Escuela Aragonesa de Consumo** se desarrolla dentro de la infraestructura y medios del CATEDU que fue creado por acuerdo entre los Departamentos de Educación, Cultura y Deporte, de Ciencia, Tecnología y Universidad, la Universidad de Zaragoza y el Ayuntamiento de Alcorisa, localidad turolense donde tiene su sede. Asume, entre otras funciones, las de promover la generación de contenidos asociados a los currículos de los distintos niveles educativos, gestionar contenidos y servicios como es el caso de esta Escuela Aragonesa de Consumo y, además, prestar soporte, ayuda y orientación a todos los docentes aragoneses que usan las TIC en sus aulas.

Talleres de Consumo

El Colegio Entrevalles es un pequeño colegio de Educación Infantil Y Primaria situado en la localidad de San Pedro de Ceque, entre los Valles del Tera y de Vidriales, en la provincia de Zamora.
Durante el curso pasado el alumnado de este colegio tuvo una aproximación al mundo del consumo de la mano de la monitora de los talleres, Ana Isabel Fernández,
Los alumnos de Infantil y 1º de Primaria participaron en el taller «Colores y Sabores», que consistía en sentir los olores y los sabores que se les pueden añadir a los alimentos industriales.
Lo que más les impactó fue cuando le añadimos diversos colorantes a los recipientes que antes habíamos llenado de yogur natural porque comprobaron lo atractivo que hacen el alimento.
Como anécdota apuntaremos que los alumnos de 1º empezaron a leer la composición de los «tentempiés» que llevaban al recreo a partir de ese día, rechazando en los que ponía que contenían colorantes.

TALLERES DE CONSUMO

LOS COLORES Y SABORES QUE NOS GUSTAN

OBJETIVOS
- Conocer qué son los aditivos artificiales en los alimentos.
- Utilizar aditivos artificiales para experimentar cómo trasforman los alimentos.
- Valorar, de forma positiva, el consumo de alimentos naturales.

CONTENIDOS
-Aditivos: Utilización de colorantes y saborizantes.
- Composición de las golosinas.
- Alimentos naturales.

En el 2º curso de Primaria se desarrollo el taller de «Seguridad infantil» repasando los peligros mas frecuentes a los que están expuestos los niños y así poder evitarlos. Destacaron los peligros que encierra nuestra propia casa, sobre todo la cocina.

SEGURIDAD INFANTIL

OBJETIVOS
- Ser conscientes de las situaciones de riesgo que pueden encontrar en su entorno habitual, identificando los posibles peligros y los accidentes que pueden ocasionarse.
- Adquirir algunas nociones básicas de prevención de accidentes y actuar con precaución en posibles situaciones de riesgo que deriven de éstos.
- Conocer los símbolos y pictogramas que advierten de la peligrosidad de productos y lugares.

CONTENIDOS
- Causas y consecuencias de los accidentes cotidianos.
- Pautas de conducta seguras.
- Productos tóxicos en el hogar.
- Símbolos y pictogramas de seguridad.

El Taller de « Juegos y Juguetes» estaba dirigido a los alumnos de 3º de Primaria y consistió en reflexionar sobre los juguetes y sus características, para poder elegir los mas adecuados y con los que más nos entretenemos. Además, descubrieron las posibilidades de crear sus propios juguetes con materiales sencillos al alcance de su mano. Las «estrellas» de este taller fueron, sin duda, las marionetas que construyeron a partir de bolsas de papel.

JUEGOS Y JUGUETES

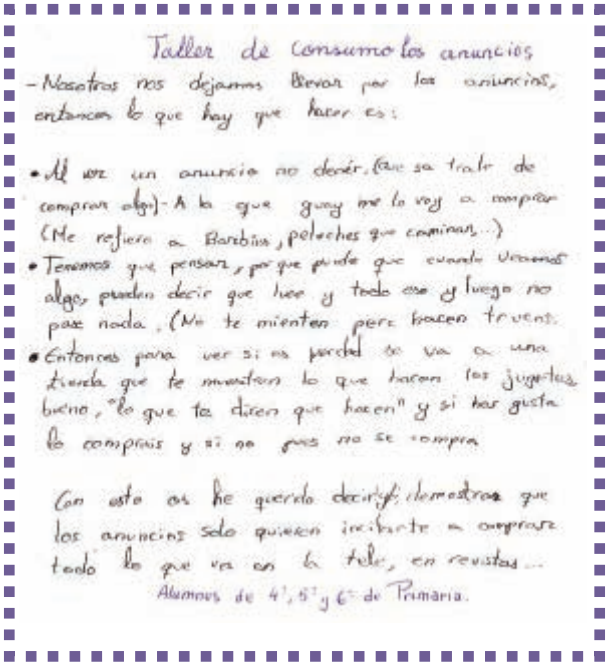
OBJETIVOS

- Desarrollar actitudes no consumistas ante la compra de juguetes. Influencia de la publicidad.
- Favorecer la reutilización, reciclado y construcción de juguetes.
- Ser consciente de que se puede jugar sin juguetes.

CONTENIDOS

- La publicidad y compra de juguetes.
- Reciclado, reutilización y construcción de juguetes.
- Satisfacción y diversión en el juego sin juguetes.

El Taller dirigido a los alumnos mayores del colegio estaba dedicado a la «Publicidad».Tuvo mucha participación de los alumnos al fomentar la reflexión crítica de los anuncios, distinguiendo lo real y lo ficticio en ellos. Los alumnos tuvieron ocasión de repasar los anuncios dirigidos a ellos en la televisión concluyendo que, aunque no te mienten, presentan las cosas de forma maquillada de tal forma que pretenden incitarte a consumir. Al alumnado le quedó claro que no hay que dejarse llevar por la publicidad y que hay que pensar antes de realizar las compras para luego no desilusionarte porque el producto no responda a las expectativas que tenías al ver la propaganda.



Taller de consumo los anuncios

- Nosotros nos dejamos llevar por los anuncios, entonces lo que hay que hacer es:

• Al ver un anuncio no decir, Que se trata de comprar algo)- A lo que guay me lo voy a comprar (Me refiero a Barbies, peluches que caminan...)
• Tenemos que pensar, porque puede que cuando vayamos algo, puedan decir que luce y todo eso y luego no pase nada. (No te mienten pero hacen trucos)
• Entonces para ver si es verdad se va a una tienda que te muestren lo que hacen los juguetes bueno, "lo que te dicen que hacen" y si te gusta lo compras y si no pues no se compra

Con esto os he querido decir/demostrar que los anuncios solo quieren incitarte a comprar todo lo que va en la tele, en revistas...

Alumnos de 4º, 5º y 6º de Primaria.

ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD

OBJETIVOS

- Conocer los objetivos de la publicidad, sus características principales y elementos.
- Conocer los soportes publicitarios.
- Valorar críticamente los mensajes publicitarios y el consumo de productos asociados a ellos.
- Ser conscientes de los roles sociales que trasmite la publicidad y ayudar a su verdadera crítica.

CONTENIDOS

- Características y elementos de la publicidad televisiva.
- La vulnerabilidad del consumidor ante la publicidad.
- La respuesta del consumidor responsable ante la publicidad
- Tras la realización de los talleres en las diferentes aulas, los alumnos- en días posteriores- escribieron diferentes artículos para nuestro periódico escolar «El Garabito». Salieron publicados en el número 5, correspondiente al mes de Diciembre de 2006 .

(corresponden a las ilustraciones de cada taller)

Un proyecto científico con significado en el I.E.S. Virgen de Vico

De todos es conocida la importancia del agua para la vida en la Tierra. El hombre, como ser vivo, no escapa a la necesidad de disponer de agua no sólo como fuente de salud sino también, como un recurso indispensable para actividades de la vida cotidiana: lavar, cocinar, regar,…El cambio climático del que estamos siendo protagonistas y el aumento de la demanda de agua en nuestros modos de vida, está haciendo peligrar la disponibilidad de este recurso en nuestro planeta.

Nuestro enclave.

La Rioja es una tierra privilegiada en cuanto a disponibilidad de agua: el río Ebro surca de oeste a este y como frontera natural esta comunidad; siete valles recorridos por siete ríos dibujan paisajes únicos con una biodiversidad que hacen de esta tierra un lugar privilegiado. Es responsabilidad de todos mantener y respetar esta riqueza con nuestros usos y actitudes.

En el **I.E.S. Virgen de Vico**, somos conscientes de esta realidad y decidimos emprender un camino pedagógico basado en la experimentación y adquisición de buenos hábitos de consumo. La oportunidad llegó de la mano de un programa internacional de estudios globales en beneficio del medio ambiente: el programa «GLOBE».

¿Qué razones nos llevaron a realizar estudios hidrológicos?

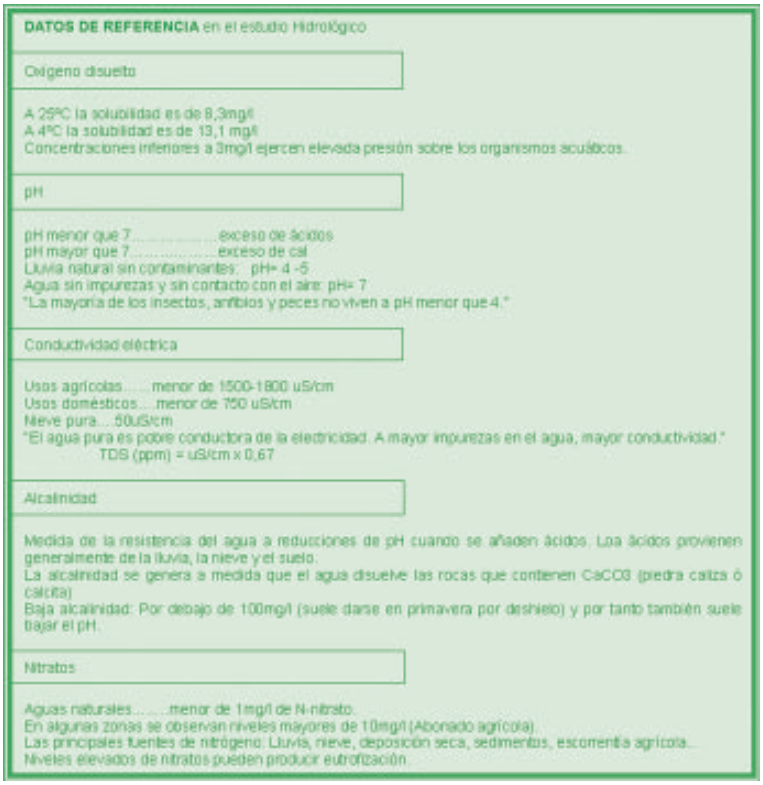
La cada vez mayor escasez de agua y la mala calidad de la misma debido a las prácticas humanas, nos llevaron al siguiente planteamiento: **«alumnos experimentados en la físico-química del agua y de la atmósfera, adultos responsables en su utilización».** Y ¡qué mejor forma de conocer el agua, que acercarnos al río que acompaña la vida en este valle: el río Cidacos!

Alumnos del **I.E.S. Virgen de Vico** han estado durante el curso 2006-07 tomando muestras del río Cidacos y haciendo análisis físico-químicos de su calidad: pH, temperatura, transparencia, oxígeno disuelto, alcalinidad y nitratos. El análisis de la variación de estos parámetros va asociado a los cambios medioambientales y a las intervenciones humanas que se van sucediendo a lo largo del año: lluvias, deshielo, actividades agrícolas, vertidos tóxicos,…que influyen en la calidad del agua del río Cidacos, río que proporciona agua de riego a sus huertas, agua de boca a algunas poblaciones del valle y un excelente sitio de ocio y deporte.

¿Por qué hacer estudios climáticos?

Un valle que cada año anuncia la primavera con una floración de almendros difícilmente superable por ningún otro lugar, y que en los últimos años se ha adelantado un mes o que, como ocurrió el invierno pasado, presentaba almendros en flor en esta época del año, nos hace pensar en un cambio climático real y palpable.

El estudio en el aula de los factores que afectan al cambio climático y la toma de datos experimental que los alumnos del instituto realizan diariamente en la estación meteorológica de nuestro centro, nos están ayudando a adoptar conductas de consumo energético responsables: apagar luces innecesarias, cerrar ventanas cuando la calefacción está encendida, acercarnos andando al instituto,…estos pequeños cambios en el comportamiento de nuestros alumnos son grandes aportaciones en la disminución del efecto invernadero y por tanto, dignos de ser copiados.



DATOS DE REFERENCIA en el estudio Hidrológico

Oxigeno disuelto

A 25ºC la solubilidad es de 8,3mg/l
A 4ºC la solubilidad es de 13,1 mg/l
Concentraciones inferiores a 3mg/l ejercen elevada presión sobre los organismos acuáticos.

pH

pH menor que 7.....exceso de ácidos
pH mayor que 7.....exceso de cal
Lluvia natural sin contaminantes: pH= 4 -5
Agua sin impurezas y sin contacto con el aire: pH= 7
"La mayoría de los insectos, anfibios y peces no viven a pH menor que 4."

Conductividad eléctrica

Usos agrícolas.....menor de 1500-1800 uS/cm
Usos domésticos....menor de 750 uS/cm
Nieve pura....50uS/cm
"El agua pura es pobre conductora de la electricidad. A mayor impurezas en el agua, mayor conductividad."
TDS (ppm) = uS/cm x 0,67

Alcalinidad

Medida de la resistencia del agua a reducciones de pH cuando se añaden ácidos. Los ácidos provienen generalmente de la lluvia, la nieve y el suelo.
La alcalinidad se genera a medida que el agua disuelve las rocas que contienen CaCO3 (piedra caliza o calcita)
Baja alcalinidad: Por debajo de 100mg/l (suele darse en primavera por deshielo) y por tanto también suele bajar el pH.

Nitratos

Aguas naturales.....menor de 1mg/l de N-nitrato.
En algunas zonas se observan niveles mayores de 10mg/l (Abonado agrícola).
Las principales fuentes de nitrógeno: Lluvia, nieve, deposición seca, sedimentos, escorrentía agrícola...
Niveles elevados de nitratos pueden producir eutrofización.

Un servicio a la comunidad

Los alumnos del I.E.S. Virgen de Vico plasmaron en un calendario de mesa, realizado en la materia de Imagen y Sonido, sus experiencias en Globe, su acercamiento a la naturaleza y su aportación a la comunidad.

Por otra parte, la disponibilidad de un servidor en nuestro instituto permite informar a todo el que lo desee a través de Internet ***(www.iesvirgendevico.org/globe)*** de todos los datos climáticos e hidrológicos recogidos a lo largo del curso.

El futuro de nuestro planeta va a estar en manos de nuestros alumnos y sólo formándolos en el cuidado y respeto del medio ambiente y en el uso y consumo responsable de los recursos, nos dará la oportunidad de reparar el daño ecológico que le hemos hecho.

Rosario Urroz Jaurrieta,
profesora de Biología y Geología

Calidad y Consumo Responsable dos dimensiones de un mismo objetivo transversal

En el diseño de actuaciones formativas e informativas dirigidas a la población con la finalidad de promover pautas, hábitos y actitudes de consumo responsable debemos abordar de manera transversal diferentes áreas de conocimiento relacionadas con múltiples políticas públicas.

La dimensión consumo responsable implica muchas áreas y sectores, el de la seguridad y calidad de los productos, la política agraria, ganadera y pesquera, la promoción de hábitos saludables, los sectores industriales y de distribución, el impacto medioambiental, el modelo energético, las relaciones comerciales y de competencia, los servicios y su regulación, etc.

Desde diferentes instituciones públicas y privadas se promueven múltiples campañas informativas, proyectos formativos, jornadas técnicas o talleres relacionados con la educación de los ciudadanos en el consumo racional y responsable, pero cada uno desde la perspectiva de su campo de actuación o competencia, cuando la finalidad básica es la misma.

Para una mayor eficacia y eficiencia de estas actuaciones, para no duplicar esfuerzos y optimizar recursos se hace necesario hacer un gran esfuerzo de coordinación entre diferentes administraciones (sanidad, agricultura, medioambiente, transportes, comercio, consumo, administración educativa, etc...), pero a su vez, es preciso que las diferentes áreas de competencia de una misma administración se coordinen y colaboren en este tipo de proyectos que tienen carácter transversal y que deben abordarse en toda su interdisciplinariedad.

La educación del consumidor es educación ciudadana sin distinción de edad, pero también sin distinción de profesión o posición en el mercado. Debemos abarcar y vincular a todos los agentes que intervienen directa o indirectamente en todo el proceso productivo y en las relaciones de transacción.

La educación del consumidor o educación ciudadana en el consumo responsable tiene que ver estrechamente con el conocimiento de los productos y servicios que se ofertan en el mercado. En primer lugar para adquirirlos en condiciones de máxima seguridad, en segundo lugar para cumplan con su finalidad, funcionalidad, origen, calidad, es decir, que se respeten los intereses económicos de los consumidores, que exista una información transparente, objetiva y cierta de aquello que adquirimos.

Además de todo esto el consumidor o ciudadano pude exigir nuevos atributos (culturales, éticos, sociales o ecológicos) que podrían configurar esa calidad adicional, comprando y depositando su confianza en aquellos productos o servicios, en aquellas marcas o distribuidores que incorporan ingredientes o procesos de respeto al medio ambiente, que elaboran su productos con métodos tradicionales, que promueven la agricultura ecológica o el comercio justo o simplemente que invierten en desarrollo sostenible, ahorro energético, etc.

Desde esta perspectiva de la educación del consumidor debemos plantearnos incorporar la calidad en los programas formativos orientados al consumo responsable e incorporar a los diferentes agentes que intervienen en el mercado como público objetivo de nuestras acciones.

Pongamos por ejemplo que diseñamos una campaña sobre el consumo responsable de productos cárnicos, desde un punto de vista integral y de interés para el fomento de la capacidad de elección de los ciudadanos. En dicha campaña tendríamos que abordar las prácticas ganaderas, la alimentación y bienestar animal, los aspectos higiénicos - sanitarios, el transporte de los mismos hasta el matadero y su posterior recorrido a salas de despiece o carnicerías, las propiedades nutritivas, la presentación, calidad, conservación y etiquetado; la gestión y tratamiento de los residuos, el aprovechamiento energético vinculado a la biomasa, el cumplimiento de normas UNE o normas ISO, etc.

Asimismo, esta campaña debe dirigirse no sólo al consumidor, también deberá formarse a los ganaderos, transportistas, personal de mataderos, carniceros, es decir, a todos aquellos agentes que intervienen en el proceso de producción y trazabilidad de los productos cárnicos, desde el punto de vista del fomento de la calidad, la competitividad y un mercado responsable que incorpore los derechos, intereses y demandas de los consumidores.

Durante el presente curso escolar, el **Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable** del Cabildo de Tenerife hemos coordinado los contenidos de las actividades educativas e incorporado en nuestra oferta formativa y talleres los recursos didácticos-divulgativos de diversas áreas de nuestra Corporación.

Dentro del **Área de Consumo Responsable, Medioambiente y Cambio Climático** estamos llevando a cabo un programa relacionado con el ahorro energético y las energías renovables con el apoyo y colaboración de la Agencia Insular de la Energía de Tenerife y el Programa de la Dirección General de Energía y Transportes de la Comisión Europea: **«Energía Sostenible para Europa»**

Dentro de este programa se aborda la importancia de la energía y sus fuentes con su ventajas e inconvenientes, el modelo energético de Canarias, el funcionamiento práctico de la energía, el consumo y ahorro de energía en la vida cotidiana, trabajándolo conjuntamente con padres, alumnos y profesores.

Para la demostración práctica del funcionamiento de algunas energías renovables se llevan a cabo los siguientes talleres:

> Taller de energía eólica (Molino de Viento)

El proceso de construcción de un molino de viento tipo Savonius sirve como base para explicar a los alumnos como se utiliza la energía del viento para generar energía eléctrica. Para su construcción se utilizan materiales reciclados. Una vez finalizado el molino se comprueba el efecto que tiene el viento sobre él y la velocidad que puede alcanzar. Este taller se complementa con la elaboración de una manga de viento en el que se comprueba la intensidad y la dirección del mismo.

> Taller de energía fotovoltaica (Barquitos solares)

Los alumnos montan de forma sencilla un barquito solar. Sobre el barquito hecho de materiales reciclados, montarán una pequeña placa fotovoltaica que alimenta un motor que hace girar una hélice. Se comprueba como al ponerlos al sol, los barcos se desplazan impulsados por la hélice sobre el agua de una pequeña piscina. Durante el montaje del sistema fotovoltaico se explica el funcionamiento de una placa fotovoltaica, el concepto de electricidad, transporte de energía y transformación energética.

> Taller de energía solar térmica (Cocina Solar)

Con La Cocina Solar K-Sol 14 los niños compueban la concentración de calor sobre un caldero hasta alcanzar temperaturas que nos permiten cocinar o calentar agua. También trabajan la orientación correcta de la cocina para un mayor rendimiento de la misma.

Los talleres de energía solar se complementan con la recarga de pilas a través de generadores de energía renovable.

En el **Área de Alimentación y Productos Alimenticios** estamos llevando a cabo un programa educativo con el apoyo y colaboración de la Fundación Tenerife Rural, el Centro para la Conservación de la Biodiversidad Agrícola, MercaTenerife y la Casa de la Miel.

Este programa aborda diferentes contenidos y actividades prácticas de interés para el sector comercial y para el consumidor, centrado en aspectos como la producción, distribución, presentación, publicidad, etiquetado, nutrición, trazabilidad e higiene, normativas de seguridad y calidad, la valorización de los productos locales y rurales de Tenerife, etc.

Alguno de los talleres que hemos incorporado durante el presente curso escolar dentro de este programa son los siguientes:

> Consumo de Mieles de Tenerife

En este taller los alumnos comprueban y verifican todo el proceso productivo de la miel, desde la polinización, pasando por la colmena, la recolección, el traslado a la Casa de la Miel, la conservación y de los panales, el proceso de centrifugado, envasado, controles de calidad, etiquetado y presentación de la misma. También se hacen pruebas de sabor y olor para identificar la procedencia de las diferentes mieles (de montaña, mediania o costa, si es multifloral o monofloral, etc.)

> Productos rurales y biodiversidad agrícola en la Isla de Tenerife

En este taller se trabajan todos los aspectos relacionados con los cultivos agrícolas tradicionales de Tenerife su biodiversidad, valorización y propiedades nutritivas y culinarias, con productos como el gofio, los mojos y las papas negras antiguas.

Es sábado... ¿qué hacemos?

Un taller sobre la gestión del ocio.

«Es sábado... ¿qué hacemos?» Este es el nombre del nuevo taller que la Escuela del Consumo de Catalunya ofrece a los alumnos de secundaria sobre la gestión del ocio.

«Es sábado... ¿qué hacemos?» es una pregunta que posiblemente muchos jóvenes se hacen en su tiempo libre y refleja un momento en el que deben tomar decisiones teniendo en cuenta diversidad de elementos. Por ejemplo, decidir ir al cine supone:

> Relacionar unas personas y unos gustos: ¿Voy con los amigos o con la familia? ¿Y si alguien ya ha visto la película? ¿Y si hay alguien a quien no le gusta esta película?

> Un tiempo: ¿En qué horario se proyecta? ¿De qué tiempo disponemos?

> Un dinero: ¿Cuánto cuesta la entrada? ¿Cuánto dinero tenemos?

> Unos derechos y unas obligaciones: ¿Puedo dejar el móvil encendido mientras veo la película? ¿Qué puedo hacer si la proyección de la película no es la adecuada?

Así, pues, la elección de qué hacer un sábado por la tarde se convierte en un espacio donde entran en juego las preferencias y las características de los amigos, la diversidad de actividades que ofrece el mercado, la disponibilidad de tiempo y dinero, y el conocimiento de los derechos y obligaciones como personas consumidoras. Incluir todos estos elementos en el taller hace concebir la gestión del ocio como un fenómeno complejo.

Las decisiones son el eje vertebrador del taller, a la vez que estructuran y dan identidad a la actividad. A partir de la simulación de contextos cotidianos, el alumnado aprende a tomar decisiones considerando simultáneamente diversidad de elementos. Para favorecer la capacidad de toma de decisiones, el taller trabaja tres ejes metodológicos que son: el trabajo cooperativo, la diversidad de lenguajes y el azar.

> El trabajo cooperativo permite establecer un diálogo entre las preferencias individuales y las del grupo para establecer estrategias en las que todos salgan beneficiados. Se realizan las actividades en grupos de 3 o 5 personas de manera que deben ponerse de acuerdo en todas las decisiones que se planteen. Esto permite hacer la similitud con las decisiones colectivas que se toman con los amigos a la hora de planear una tarde.

> La diversidad de lenguajes facilita escenarios al alumnado para expresar y representar su identidad y regular la construcción de estilos de vida. En este caso, el lenguaje musical permite representar una tarde de ocio y crear contextos estimulantes para el alumnado que favorecen la expresión de opiniones y emociones.

> El azar refleja la incertidumbre y la indeterminación en el tiempo libre que se incluyen en la dinámica del taller mediante juegos de azar como las cartas, las ruletas o los dados. Esto permite reflejar cómo en la planificación de una tarde entran en juego los imprevistos, por ejemplo que se anule el espectáculo que quieres ir a ver, que el amigo con quien querías quedar tiene un examen o que se te estropea la moto y debes llevarla a arreglar.

La gestión del ocio es un fenómeno cotidiano y próximo al alumno que se presenta como una oportunidad para favorecer la elaboración de estrategias de las diferentes maneras de pensar, actuar y sentir. Con estas el alumno deberá moverse en una sociedad que cada día plantea nuevos retos, en la que se deben tomar nuevas decisiones y en la que siempre hay un cierto grado de incertidumbre.

Maia Querol i Genina Calafell
Educadora de l'Escola del Consum de Catalunya

¿Cuál es el perfil profesional de un educador o una educadora de consumo?

¿Es una persona experta en legislación? ¿Una gestora de grupos? ¿Es maestra? Aunque existe un amplio colectivo de personas que nos dedicamos a la tarea de educar el consumo, nuestro perfil profesional es muy diverso, tanto desde el punto de vista de la formación inicial como de su formación permanente. En el colectivo de personas que nos dedicamos a la educación del consumo confluyen perfiles educativos como maestros, educadores sociales, pedagogos i perfiles técnicos como licenciados en áreas sociales o científicas.

Un perfil profesional está constituido por un amplio abanico de competencias que podemos calificar como competencias técnicas, competencias metodológicas, competencias sociales, competencias personales y en determinados contextos competencias culturales. Cada una de estas competencias responde a unos saberes específicos:

> La competencia técnica responde a saber el qué. Es decir, los contenidos básicos de la educación del consumo.

> Las competencias metodológicas responden a saber hacer. Por tanto, hacen referencia a aspectos relacionados con la gestión didáctica de los contextos educativos.

> La competencia social nos sitúa ante el saber estar. Hace referencia a la posibilidad de trabajar en grupo para conseguir los mejores resultados en la acción educativa.

> La competencia personal nos lleva al saber ser y hace referencia a la propia identidad y cómo esta muestra al educador como un modelo.

> Por último, la competencia cultural responde a saber cambiar en función del entorno cultural. Esta competencia se hace necesaria en determinados contextos donde la educación del consumo es una herramienta para trabajar la interculturalidad.

Centraremos nuestra reflexión en las competencias técnicas que debería tener una persona que se dedica a la educación del consumo. Esta formación tiene diversidad de dimensiones: la legislativa, la pedagógica, la psicológica y la cultural.

> La dimensión legislativa nos lleva a conocer aquellos aspectos legales que regulan los actos de consumo. Esto significa conocer los derechos y obligaciones del consumidor, la legislación que regula la publicidad, los procedimientos a seguir en el momento de hacer una reclamación, la normativa de los establecimientos o el etiquetado de los productos, por citar algunos ejemplos. Dada la especificidad y la variabilidad de este campo se impone un reciclaje permanente y una conexión directa y accesible con personas especialistas en la materia.

> La dimensión pedagógica debe dar un cojín de saberes sobre los elementos curriculares. Así será determinante conocer las especificidades de los elementos conceptuales que conforman un currículum (objetivos, competencias, contenidos...) y de los modelos de diseño y gestión de los contextos educativos.

> La perspectiva psicológica aporta un conocimiento profundo sobre la comprensión de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Permite dotar a la actividad diaria de un sólido fundamento que facilita no sólo realizar la tarea diaria si no justificar-la sólidamente ante otros colectivos vinculados al consumo.

> Por último, la perspectiva cultural comporta una profunda reflexión sobre las finalidades últimas de la educación del consumo. Se construye a partir de una reflexión sobre nuestra sociedad y sobre el modelo de ciudadanía que se quiere formar.

Comporta, como consecuencia última, entender que la educación del consumo es una herramienta potente de formación de las personas y por tanto debe fomentarse un modelo de ciudadanía que se muestre coherente en cada una de las situaciones educativas que se lleven a cabo.

Empezamos a ver, por tanto, que el perfil profesional de la persona que se dedica a la educación del consumo es necesariamente complejo y debe entenderse desde una perspectiva multidimensional. A partir de este número de la revista Red de Educación del Consumidor, el equipo educativo de la Escuela del Consumo de Catalunya empieza una serie de artículos en los que se quiere profundizar en la definición del perfil de la persona educadora en consumo, con la finalidad de crear un espacio de debate público que nos ayude a avanzar como colectivo.

Yesica Peregrina
Escola del Consum de Catalunya

Consumópolis 2: Consumo Responsable y Calidad de Vida

Entrega de los premios a los ganadores del concurso escolar el pasado mes de abril de 2007

La selección de los equipos ganadores del concurso, se realizó entre todos los participantes en las tres categorías existentes, (tercer ciclo de educación primaria, y primer y segundo ciclo de educación secundaria obligatoria), por un jurado creado al efecto y regulado en las bases del concurso aprobadas mediante Orden de 15 de marzo de 2007, de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo por la que se convoca el concurso escolar sobre consumo responsable y calidad de vida «CONSUMOPOLIS 2» (BORM de 31/0307).

El concurso, constó de dos fases, una primera fase on-line, con dos partes, una pedagógica y otra lúdica, y otra segunda fase, consistente en la elaboración de una campaña publicitaria que fomente los valores de consumo responsable.

Para la valoración de la campaña publicitaria, se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

> Adecuación al tema «Consumo responsable, bienestar y calidad de vida».
> Originalidad en el mensaje y contenidos.
> Diseño de la campaña publicitaria.

Obtuvieron premio los siguientes equipos:

TERCER CICLO DE PRIMARIA:

> Desierto

PRIMER CICLO DE SECUNDARIA:

> **LOS CARPE DIEM**, primer premio de 1.000,00 €
> **LAS MURCIANIKAS**, premio de 300,00 €
> **LAS INFANTAS**, premio de 300,00 €
> **AMIGAS4EVER**, premio de 300,00 €

Los cuatro equipos, pertenecen al IES Infante Don Juan Manuel de Murcia.

SEGUNDO CICLO DE SECUNDARIA:

> **CARPE DIEM**, primer premio, DE 1000,00 €

Del IES Rector Don Francisco Sabater García de Cabezo de Torres (Murcia).

Ecoconsumo: Consumo Responsable

La Dirección General de Consumo y la Dirección de Formación Profesional e Innovación Educativa presentaron las Unidades Didácticas para la educación sobre el consumo para el curso escolar 2007/2008

Como años anteriores, la Consejería de Turismo y Consumo y la Consejería de Educación y en concreto las Direcciones Generales de Consumo y de Formación Profesional e Innovación Educativa vienen desarrollando conjuntamente Programas de Educación del Consumidor en la Escuela.

Las Unidades Didácticas que para este año se titulan: ***«Ecoconsumo: consumo responsable»*** se presentaron el pasado 1 de octubre, con el fin de poder ser aplicadas en los talleres de consumo, que se realicen durante el presente curso escolar 2007/2008.

Se trata de un mecanismo institucional específico para hacer efectiva la educación del consumidor en la Escuela, como consecuencia de la Orden Conjunta de 19 de abril de 2005, por la que se crea la Comisión de Coordinación en materia de promoción de la educación del consumidor en los Centros Docentes no Universitarios.

El material permite incluir la educación del consumidor en los ciclos y niveles de educación obligatoria y post-obligatoria, formando de manera permanente al personal docente en materia de consumo, para que a su vez, puedan enseñar de forma didáctica y pedagógica a los alumnos los derechos e intereses de los consumidores y los diferentes mecanismos de defensa que existen a su alcance.

La Unidad Didáctica **«ECOCONSUMO: CONSUMO RESPONSABLE»**, incluye los siguientes temas:

- Consumo, ergo sum
- Econsúmeme
- Aprendiendo a reciclar
- El agua que nos falta
- Tratamiento didáctico y metodológico sobre ecoconsumo: consumo responsable

Se han repartido más de 800 Unidades Didácticas entre Colegios, Institutos, Centros de Profesores, Oficinas de información al Consumidor y Asociaciones de Consumidores, de las cuales se podrán beneficiar más de 65.000 alumnos, de colegios de toda la Región de Murcia, tanto públicos, privados o concertados.

Presentación VIII Jornadas de Formación-Educación en Consumo curso 2007/08

La Consejería de Bienestar Social y Sanidad presentó a los medios de comunicación, centros escolares y sectores sociales el material y contenido de las VIII JORNADAS DE FORMACIÓN-EDUCACIÓN EN CONSUMO para el curso 2007-2008.

Con el lema: **«Aprendiendo a ser consumidor»**, la base metodológica de las actividades destinadas a las escuelas consta, como es habitual, de cuentos didácticos, relatos didácticos y cómics.

El Programa continua con la novedad iniciada el curso anterior, con la intención de satisfacer uno de los objetivos que impregnan todas las actividades **«Sensibilización con las dificultades añadidas de los consumidores con discapacidades»**. Para ello y gracias a la colaboración de la ONCE MELILLA, los cuentos didácticos destinados a Educación Primaria, se presentarán de nuevo e versión original, versión adaptada a discapacitados visuales y versión BRAILLE.

El material didáctico será complementado con talleres con proyecciones y Concursos de Dibujo, redacción y relato, para los distintos ciclos educativos.

Los destinatarios de las actividades formativas son: Asociaciones de Consumidores, Mayores, Inmigrantes, Amas de casa y trabajadores de pequeñas economías y Centros de Acogida y Reforma.

Las obras presentadas a las escuelas son:

> Cuento didáctico «La Goma Fantástica» (2º Edición) destinado al alumnado de 1º de Educación Primaria de los 16 CEIP. Acompaña al cuento un tríptico con las Bases del correspondiente Concurso de Dibujo. El cuento se presenta en versión original, versión adaptada a discapacitados visuales y versión Braille.

Objetivos: Acercar a los pequeños consumidores al concepto de consumidor. Enseñándoles a identificar productos y artículos de apariencia engañosa, como pueden ser material escolar y cosméticos con forma de alimentos y artículos industriales con apariencia de juguetes. En especial la identificación de los pictogramas de peligro de los productos químicos de uso doméstico. Y ello a través del cuento didáctico donde un simpático personaje la «Súper Goma» enseñará a los pequeños consumidores los peligros que pueden entrañar entre otros el material escolar engañoso. Estos contenidos se reforzarán con el Taller: «Amigos Consumidores».

> Relato didáctico humorístico «Consumo en Cinco Minutos» (2º Edición) destinado al alumnado de Tercer ciclo de Primaria y 1º de ESO de 16 CEIP y 9 IES. Acompaña al relato un tríptico con las Bases del Correspondiente Concurso de Redacción. Se presenta en versión original, versión adaptada a discapacitados visuales y versión Braille.

Objetivos: Incentivar a los jóvenes consumidores para el ejercicio efectivo de sus derechos y deberes. Introducirlos en el conocimiento de nuevos alimentos, como son los funcionales, biológicos y transgénicos. Derechos de los pasajeros, rebajas, comercio justo y ejercicio responsable de reclamar. Y ello a través de una protagonista muy original: «La Señorita Hueva», que será la encargada de impartir en la ficción una nueva y peculiar recién impuesta asignatura. Estos contenidos se reforzaran con el Taller. «Consume con inteligencia y responsabilidad»

> NOVEDAD: Relato didáctico de ficción «Consu. Com y el viento del oeste» destinado al alumnado de segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria de los 9 IES. Acompaña al relato tríptico con las Bases del Concurso de relato/composición periodística/mural.

Objetivos: Concienciar a los jóvenes escolares de la importancia de ejercitar pautas de conductas adecuadas para evitar el consumismo y las consecuencias adversas de los actos de consumo sobre el Medio Ambiente. Ello a través de una narración de ficción donde un joven escolar se ve trasladado a un futuro muy distinto a nuestra realidad. Los contenidos se reforzarán con el taller: «Salvad el Planeta».

> Cómic «ETI POTATOES» destinado al alumnado de secundaria para la celebración del día mundial del consumidor, con el objetivo de fomentar la alimentación equilibrada y la dieta mediterránea.

Autora de las obras: ***María Dolores Angosto Sánchez***

ADEMAS: AGENDAS EUROPEAS PARA EL ALUMNADO Y MANUAL DE LA EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL AULA PARA EL PROFESORADO MELILLENSE ADHERIDO A LA RED DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR (20 centros educativos)

VIII Jornadas para Mayores

Con el lema «CONSUMA CON SEGURIDAD - CONSUMA CON RESPONSABILIDAD», se celebraron en AULAS CULTURALES PARA MAYORES con ocasión del día mundial del consumidor, el día 15 de marzo de 2007, las VIII Jornadas destinadas a nuestros mayores organizadas por la Consejería de Bienestar Social y Sanidad y el Instituto Nacional del Consumo.

Doscientos participantes disfrutaron de las Jornadas en las que se trataron temas de gran interés, en especial para los mayores, incluida Mesa Redonda, con ponencias sobre:

> Productos y servicios especiales, etiquetas, información, publicidad y Servicios de Consumo, a cargo de Mª Dolores Angosto Sánchez Coordinadora Jefe de la Inspección de Consumo de Melilla.

> Seguridad en el Hogar, prevención y reclamación a cargo de Ángel Gil Martín, Abogado y Director de «Protocolo 21» .

> Contratos de telefonía, derechos y contenido mínimo de los contratos, a cargo de Pilar Guerrero Serrano, Jefa de la Sección de Formación del INC.

Ganadores de los concursos: «Un mundo sin barreras» y «El reto del joven consumidor en el siglo XXI»

(MODALIDAD 6º PRIMARIA) CONCURSO REDACCIÓN 2006/07

PRIMER PREMIO
Frida Chacín Oulak -**Colegio** España**- Curso 6º B de E. P.**
Kauzar Mohamed Benamar -**Colegio** Mediterráneo **– 6º B de E. P.**
ACCÉSITPRIMER PREMIO
Raúl Aibar Bautista**- Colegio** Enrique Soler – **6º C de Educación Primaria**
Jusra Bouzachdat Cuciani **- Colegio** Hipódromo **– 6º de E. P.**
SEGUNDO PREMIO
Wiam Zovad Mohamed **- Colegio** Hispano Israelita**- 6º de E. P.**
Sukaina Mahjoub Hadi - **Colegio** Constitución **- 6º B de E. P.**
ACCÉSIT SEGUNDO PREMIO
Fernando Lamas Hermoso **- Colegio** La Salle El Carmen - **6º A de E. P.**
Marina Sánchez Prieto -**Colegio** Nuestra Señora del Buen Consejo – **6º B de E. P.**
TERCER PREMIO
Mariem Ben- Alí - **Colegio** León Solá **– 6º A de E. P.**
Dina Dris Abdelazis- **Colegio** Reyes Católicos **– 6º C de E. P.**
ACCÉSIT AL TERCER PREMIO
Alejandro Pérez Carmona **- Colegio** Nº 13 – **6º B de E. P.**
Cristina Tercero Rull **- Colegio** Anselmo Pardo – **6º B de E. P.**

(MODALIDAD 2º ESO) CONCURSO RELATO 2006/07

PRIMER PREMIO
Sheila Mohamed Manan - **IES** Leopoldo Queipo **- Curso 2º E de E. S.**
Tarek Asis Hamed Mohatar – Joaquín García Angosto -**Colegio** La Salle El Carmen **– 2º A E.S.**
SEGUNDO PREMIO
Ikram Mohamed El Medí **- IES** Enrique Nieto**- 2º E de E. S.**
Isabel Pérez Esteban - **Colegio** Nuestra Señora del Buen Consejo **– 2º B de E. S.**
TERCER PREMIO
Sabah Chaib Haddou - IES Rusadir - 2º E de **E. S.**
Eva Clarés Pozo - **IES** Miguel Fernandez – **2º A de E. S.**
ACCÉSIT AL TERCER PREMIO
Nariman El Messaoudi Ouardani - **IES** Juan Antonio Fernández**– 2º B de E. S.**

(MODALIDAD 4º ESO) CONCURSO RELATO/MURAL 2006/07)

PRIMER PREMIO
Isabel María González Segura **- IES** Miguel Fernández – **4º C de E. S.**
Suliman Mohamed Mohamed **- Colegio** La Salle El Carmen – 4º **B de E. S.**
SEGUNDO PREMIO
Nerea Ruiz Luque **- IES** Enrique Nieto – **4º C de Educación Secundaria**
Miguel Lence Martínez **- Colegio** Nuestra Señora del Buen Consejo – 4º **B**
TERCER PREMIO
Javier Fernández Villa del Rey Olivé – Maribel Chamorro Pajares- Sandra Abad González – Carolina González Hanchí- Sara Benzaquén Chocron **Colegio** La Salle El Carmen – **4º A de Educación Secundaria**

(MODALIDAD CENTROS ACOGIDA Y REFORMA 2006/07)

PRIMER PREMIO
Abdel-Lah Haiduni, **alumno del C. Emancipación Adolescentes Cruz Roja**
Sukaina Abkari, **alumna del Centro Divina Infantita**
SEGUNDO PREMIO
Azis Azaidi, **alumno del Centro La Purísima**
Mourad Bouhaidan**, alumno del Centro Baluarte de San Pedro**
TERCER PREMIO
Hichan Haidar, **alumno del Centro eladio Alonso**
Bilal Subira, **alumno del Centro La Purísima**
PREMIO A LA ESPECIAL PARTICIPACIÓN , por la poesía «SÉ TÚ MISMO»
Madre Adelina Sánchez Vela**, profesora del Centro Divina Infantita.**

LOS PREMIOS CONSISTIERON EN ORDENADORES PORTÁTILES, CÁMARAS DE VÍDEO, CÁMARAS DE FOTOS , REPRODUCTORES MP3 Y ARTÍCULOS DE DEPORTE Y MÚSICA. DIPLOMAS Y OBSEQUIOS PARA EL PROFESORADO

¡¡ENHORABUENA!!

Guía para una alimentación saludable, responsable y consciente

Por Blanca Berruete Cilveti. Jefa de Sección de Consumo del Gobierno de Navarra

La «Guía de Alimentación Responsable en Navarra» explica cómo nuestra elección en el consumo de productos alimenticios tiene implicaciones que afectan a la salud, el medio ambiente y la justicia social, y ofrece las pautas a seguir para escoger las opciones que tienen en cuenta estos aspectos.

Nuestra cultura consumista soporta y justifica en buena parte el actual modelo de sociedad. Así, se considera que un mayor nivel de consumo nos reporta, más bienestar y felicidad. Sin embargo, cada vez más expertos demandan la necesidad de replantearse seriamente nuestro modelo de consumo porque se considera insostenible desde el punto de vista ambiental, económico y social. Por ello se necesita un cambio en el concepto que tenemos de nuestro consumo. El deterioro ambiental, el elevado consumo de recursos naturales, y la situación de desigualdad entre países ricos y pobres son razones que nos deben llevar al cambio. Nuestro actual modelo es insostenible y no es posible generalizarlo porque necesitaríamos disponer de casi cuatro planetas más.

Esto nos debe llevar a discriminar positivamente en nuestras compras, los productos de «comercio justo», los «ecológicos» y los productos locales y los de temporada representados por las denominaciones de origen y otros productos artesanos.

Conscientes de esta situación y comprometidos con una línea de trabajo continuada desde hace tres años, el Servicio de Consumo del Gobierno foral ha editado la «Guía de Alimentación Responsable en Navarra», junto con el Centro de Recursos Ambientales de Navarra y en colaboración con la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS).

Muchos de los criterios y pautas planteados en las anteriores líneas son explicados y desarrollados en esta publicación que surge, además, del proceso participativo desarrollado en el Foro de Consumo Responsable de Navarra en el que se han implicado más de 50 entidades del ámbito de la administración, las asociaciones ciudadanas, ONGs, centros educativos, etc.

El principal objetivo de la guía es ofrecer el conocimiento necesario y los recursos para que el consumidor pueda optar por una alimentación saludable, responsable y consciente. Para su edición se ha contado también con el apoyo de la Fundación Caja Navarra a través de la elección de sus clientes mediante la iniciativa **«Tu eliges, tú decides».**

Anteriormente, el Foro de Consumo Responsable de Navarra publicó en 2006 una guía con criterios más generales: se trataba de la primera de estas características realizada en Navarra y lo que se pretendía era reflexionar acerca del concepto de Consumo Responsable, su contexto, y la necesidad de avanzar hacia un modelo de producción-consumo más sostenible a través de la responsabilidad compartida de todos los agentes sociales, recoger los principales ejes del Consumo Responsable así como una serie de aplicaciones para practicarlo.

Tras esta primera experiencia el Foro decidió centrar su trabajo en la elaboración de una guía más concreta sobre alimentación por tratarse de un sector de consumo imprescindible (es la primera necesidad por excelencia), además de un sector sensible porque el consumo de productos alimenticios tiene grandes implicaciones que afectan a aspectos tan claves como la salud, el medio ambiente y la justicia social. En esta publicación se explica la idea de que nuestra forma de consumir repercute en los modos de producción y en los mecanismos de mercado, y cómo en nuestra faceta de consumidores tenemos un gran potencial para generar prácticas más sostenibles y para contribuir a la igualdad y la justicia social. De esta forma se le da continuidad al trabajo iniciado por el Foro de Consumo para la promoción, difusión y sensibilización de la sociedad navarra.

La guía está especialmente dirigida a todas las personas que quieren hacer de la compra diaria un acto de coherencia y responsabilidad, y sitúa también como referente a las entidades que tienen capacidad de influir en la sociedad y educar a la población: escuelas y asociaciones de hostelería, empresas de catering, comedores colectivos, restaurantes, sociedades gastronómicas, asociaciones de consumidores, comerciantes, distribuidores, productores, grupos familiares, centros educativos y de salud…. Se parte de la premisa de que la participación de todos estos actores es crucial para establecer y difundir un modelo de consumo más saludable, sostenible y equitativo.

Por otra parte, la publicación cuenta con la garantía de que ha estado dirigida por una mesa de expertos compuesta por los técnicos del Instituto de Salud Pública del Gobierno de Navarra, el Consejo de la Producción Agraria Ecológica de Navarra, los Departamentos de Agricultura y Educación, y el Servicio de Consumo del Gobierno foral, el Instituto de Calidad Agroalimentaria, el Instituto Técnico Ganadero y Agrícola, la ONG SETEM, REAS y el propio Centro de Recursos Ambientales de Navarra. Todos sus contenidos han sido validados por los participantes en el Foro del Consumo.

Seis capítulos con las pautas a seguir

La **«Guía de Alimentación Responsable en Navarra»** está organizada en seis apartados. El *primero* repasa ciertas ideas y criterios generales que podemos tener en cuenta para que nuestro consumo sea más saludable, responsable y consciente. En este sentido, el capítulo se centra en la difícil decisión del consumidor en el momento de la compra ante una oferta cada vez más variada, la preocupación por alimentarse de una forma sana, el derecho a saber si los alimentos que consumimos se han producido de manera respetuosa con el medio ambiente y sin ser fruto de la explotación o la injusticia, el reciclaje de los residuos y envases de los alimentos, y también la perspectiva de género en las tareas domésticas, la compra y la alimentación. Incluye también aspectos normativos muy importantes referidos a la seguridad alimenticia: el etiquetado, uno de los instrumentos más claros con los que podemos ejercer nuestros derechos como consumidores, estar informados de los productos que compramos y de sus características; y la publicidad engañosa.

El segundo capítulo bajo el epígrafe «Echemos un vistazo al modo de consumir» se centra en las consecuencias que nuestro modo de consumo tiene en la salud, en el medio ambiente y en los aspectos socioeconómicos. Aspectos como la importancia de la nutrición en la prevención del cáncer, la obesidad y la contaminación química presente en algunos alimentos se abordan en lo que refiere a la salud. Los efectos de la globalización en la reducción del cultivo de variedades de verduras y fruta, la sobreexplotación de mares y océanos, son los aspectos que se tratan en lo que respecta al medio ambiente; y la explotación infantil en la industria alimentaria y las muertes por desnutrición, contaminación de aguas y epidemias que se producen en el mundo en el ámbito de las consecuencias socioeconómicas.

«Propuestas para una alimentación saludable» es el título del *tercer apartado de la guía* en el que se concretan ya las propuestas para seguir una alimentación saludable según la pirámide alimentaria, se indican algunos criterios sobre cómo comprar, cómo almacenar los alimentos, cómo cocinar, cómo comer y referencias a las conservas y precocinados.

En *el cuarto capítulo* «Propuestas para una alimentación responsable» se revisan indicaciones concretas para una alimentación responsable y se hace una reflexión sobre los alimentos de mayor interés, como son los ecológicos, su regulación y normativa, los pasos que hay que dar para reconocerlos, dónde los podemos encontrar….. Este mismo esquema se repite con los alimentos de producción integrada, los alimentos locales, frescos y de temporada, los productos con Denominación de Origen Protegida o Indicación Geográfica Protegida, los alimentos artesanos de Navarra, y los alimentos de comercio justo.

En relación a este apartado es de destacar que una de las constataciones dentro del trabajo desarrollado por el Foro de Consumo Responsable de Navarra, fue el interés que tienen determinados productos locales: realizan un ciclo corto de distribución que evita el gasto energético de transporte y producción. Además muchos de ellos contribuyen al mantenimiento de la población rural y posibilitan que el consumidor conozca el recorrido de vida del producto. De esta forma, este tipo de productos acerca a consumidores y productores.

Ya en *el quinto capítulo* «Algunas pistas para un consumo consciente: sitúate ante el debate» la guía se detiene a analizar brevemente algunos grupos de alimentos que están en la actualidad en el mercado y que tienen características particulares que convienen conocer, qué es lo que son, si son necesarios, así como su regulación y normativa. Los grupos de alimentos que se mencionan son los funcionales, los light o bajos en calorías, los alimentos dietéticos y los transgénicos.

Por último, *el sexto apartado* incluye algunas buenas prácticas en alimentación saludable y responsable que se dan en Navarra como asociaciones de consumidores ecológicos, alimentos ecológicos en menús escolares, comida saludable en las Universidades, etc… Además, se incluyen una serie de referencias de interés relacionadas con la alimentación en entidades de la administración, ONGs, asociaciones, sindicatos empresas, redes de consumidores ecológicos, publicaciones, revistas, documentales y direcciones web.

Dónde conseguir la guía

La guía, de la que se han editado 5.000 ejemplares, ha sido distribuida entre las entidades participantes en el Foro de Consumo Responsable, así como entre la Red de Bibliotecas Públicas de Navarra, Universidades, Asociaciones de Consumidores, Oficinas Municipales de Información al Consumidor de los Ayuntamientos, grupos ecologistas, equipamientos de educación ambiental, y centros de documentación ambiental y responsables de consumo de otras comunidades autónomas.

Asimismo, se encuentra a disposición del público general en la sede del Centro de Recursos Ambientales de Navarra (C/ Padre Adoáin, 217, bajo, 31015 Pamplona) y se puede descargar en su página web **www.crana.org**

Precios y consumo

Por Antonio Cañellas Capellá

Saber cuánto cuesta un bien de consumo, una simple manzana por ejemplo, puede resultar una tarea harto complicada si lo que se pretende es ir más allá del precio final que indica la etiqueta. ¿Qué es lo que hay detrás de los precios, cuales son las causas explicatorias de las holgadas diferencias entre precios en origen y destino?. Si tan difícil resulta saber cual es el precio real de una manzana, no se puede pretender explicar con una sola causa las subidas y bajadas de los precios.
El artículo pretende también motivar una reflexión crítica, esbozando algunas ideas sobre el consumismo, las necesidades y el medioambiente.

Mirando el observatorio de precios de algunos alimentos que publica el Ministerio de Agricultura en su página web, no logro encontrar el precio del producto que busco; la manzana Gala. Continúo mi búsqueda en google y encuentro un artículo en el cual me detengo que dice que comer una manzana al día evita el riesgo de padecer cáncer de colon en un 43%. Interesante pero no es lo que buscaba. Yo quiero saber cuánto cuesta realmente una manzana. Esto último, sin ser bueno en números creo que lo puedo saber fácilmente. Una bandeja de 6 manzanas Gala (grandes y brillantes) cuesta 3,50 euros, de este modo me sale que una manzana cuesta cerca de 60 céntimos de euro (100 pesetas). Esta es la solución a este especie de problema de primaria, pero, ¿es este su precio real?. No. Para ello necesitaría saber cuánto le cuesta al productor y cuánto paga el intermediario (si es que lo hay) para ver la diferencia respecto a lo que he pagado yo. Una tarea que parece fácil, no lo es para nada, calcular el coste de una simple manzana es harto difícil, para calcular los precios con cierto rigor hay que tener en cuenta muchos factores: los costes que intervienen en la fijación del precio más allá del juego de la oferta y la demanda, costes de producción, esto es el coste de la fuerza de trabajo y el tratamiento de la tierra y los árboles principalmente. Además hay que sumar los considerables costes de manipulación, selección, envasado, conservación en cámaras especiales y el transporte. Todo esto influye en el precio, sin olvidar otros factores que pueden influir en el precio como por ejemplo, la variedad, el calibre, el tamaño o el color de las manzanas.

Me doy por vencido, no logro salir de este galimatías. En ocasiones el mercado no es tan transparente como creemos, y más aun con el tema de los precios,

sucede con estos, que lo interesante está detrás de la etiqueta, o detrás del precio, para preguntarse porqué hay tanta diferencia del precio en origen al de destino. Diferencias que en algunos casos llegan a ser enormemente humillantes, como sucede con la ternera de primera que se paga a 3,5 euros/ kilo en origen y se vende a 15 euros en la carnicería. O como lo es el caso del limón, el cual se paga al productor 0,60 euros/ kilos y al consumidor final llega a 1,60 euros. En esta ácida diferencia esta la respuesta a mi pregunta, y en parte a la de porqué suben o bajan los precios de determinados alimentos.

No basta con dar una explicación monocausal utilizando un solo argumento como por ejemplo el incremento de los precios en las materias primas o de los cereales. Es falso el argumento de que el encarecimiento se debe al aumento de los costes de las materias primas, pues los precios finales han subido más proporcionalmente que los precios en origen es mas, en ocasiones los precios en origen han bajado y en destino se han incrementado.

Se requiere una óptica multidisciplinar y un enfoque multicausal capaz de ver más allá de la etiqueta con el precio final que llega al consumidor. Considerar por ejemplo los costes laborales, el lugar de producción, o el hecho de que el mercado funciona cada vez es más a nivel global incluso para los alimentos, que existe una mayor demanda en todo el planeta o analizar el papel de los intermediarios pueden ser otros de los muchos factores que no podemos descartar.

La segunda parte de este artículo sigue la reflexión sobre los precios pero desde un plano más general, hasta tocar tangencial e inevitablemente el tema del consumismo.

Los precios no son sólo dinero e incluso no son el valor propiamente dicho de un producto (tangible) o servicio (intangible), sino un conjunto de percepciones y voluntades a cambios de ciertos beneficios reales o percibidos como tales. Muchas veces los beneficios pueden cambiar o dejar de serlo, esto lo vemos en la moda o productos que transmiten status en una sociedad. Basta con prestar atención a cualquier anuncio publicitario, para entender que lo que se oferta poco o nada tienen que ver con el precio, sino mas con el status, con conseguir un cuerpo 10, o con la identificación o sentido de pertenencia a un grupo, así pues, algunos anuncios de coches prometen la felicidad o la libertad si se adquiere ese vehículo, hasta incluso te devuelven el dinero sino no lo consigues. Todo una invitación a comprar.

El consumo en principio sería la etapa final del proceso económico, pero en cierta medida es la fase inicial. Comprar un bien para luego comprar otro, o poder elegir entre múltiples variedades de un mismo bien sustitutivo. Ya se encargarán las estrategias publicitarias de potenciar las diferencias en la diversificación de los productos.

El consumo debe proporcionar una utilidad al consumidor, y en ese matiz no reparamos siempre. Y es entonces al movernos sobre esa línea difuminada se puede llegar a confundir la utilidad con la satisfacción. Llegar al punto en el que la satisfacción o el placer no está en el objeto comprado, sino en el hecho de consumir.

El consumo tiene que ver con las necesidades, que a pesar de que muchos autores se empeñan en decir que son infinitas, no lo son. En todos los rincones del mundo son finitas y además son las mismas. Todos tenemos en un principio las mismas necesidades: comer, beber, refugiarnos del frío… Lo único que cambia es la cultura y la escasez de recursos para cubrir las. En este punto, al hablar de recursos es cuando podemos ampliar nuestras necesidades, ultrapasar las llamadas necesidades básicas y empezar a escalar en la pirámide de Maslow por poner un ejemplo.

Quien no ha escuchado eso de «la energía no se destruye, se transforma». Pues en el caso del consumo, la energía se destruye. El slogan publicitario de una importante compañía eléctrica decía que «la energía más limpia es la que se consume». El tema del consumo de energías renovables, está de moda pero no depende de uno mismo el poder usarlas tanto como uno desee, pues no tenemos acceso a ellas.

¿Qué pasaría si los países en vías de desarrollo contaminasen igual que los países ricos, si los países pobres consumiesen tantos recursos naturales (en muchos casos los suyos propios) como los ricos? Desde el punto de vista ambientalista, la sociedad del consumo se ve insostenible.

Hace falta algo más que el uso de energías renovables y el reciclaje encaminado a mantener los mismos niveles de vida y de consumo actuales. Hacen falta otras medidas, junto a otras acciones como acuerdos a nivel internacional, hace falta lo que dijo una vez un conocido físico de pelo encrespado: «*hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad*».

Cambio climático salud y consumo

Por María Dulce García Caballero. Cap de Servei de Educació, Formacio e Informació

Cambio climático , consumo y salud. Tres grandes temas, muy de moda y en boca de todos, pero tenemos conocimiento de nuestra aportación individual , de nuestro granito de arena a aportar en estos grandes retos de nuestro tiempo. En este artículo se intenta, con mucha modestia introducirnos en este tema del cambio climático desde la óptica de nuestras familias y del dia a dia.

Jueves 15 de noviembre de 2007 19.50 horas; llego a casa tras un curso muy interesante sobre el cambio climático, tema de actualidad donde los haya , en el que el ponente nos ha ilustrado con una cantidad ingente de datos, porcentajes, teorías y del cual he salido con el convencimiento de que hay que actuar para frenar el cambio climático .La verdad es que estoy abrumada por el aluvión de información y el saber que en estos momentos están reunidos en Valencia un gran número de científicos de fama internacional integrantes del IPCC (Panel Internacional contra el cambio climático) que están elaborando unas directrices para prevenirlo y a la vez establecer pautas de comportamiento que deberían ser recogidas por los gobernantes.

Al entrar en casa mi hijo me recibe con un fuerte abrazo y me dice: han dicho en el cole que tenemos que apagar las luces de casa durante cinco minutos y así conseguiremos que la gente sepa que hemos de cuidar el mundo y no contaminarlo mas….La carita de mi hijo me da a entender que lo quiere hacer pero no lo entiende muy bien y me pregunta: ¿pero que se consigue si nosotros apagamos las luces y el vecino de delante no lo hace y en la calle siguen encendidas las farolas y las fabricas y los coches siguen funcionando?. Su lógica aplastante me hace reflexionar y analizar ciertas cuestiones sobre la actuación de esta sociedad nuestra tan compleja, tan imprevisible, tan individualista y a la vez tan global ¡!.

El cambio climático plantea un reto importante y en gran medida desconocido que tiene repercusiones presentes y futuras en la salud humana y que nuestras sociedades pueden mitigar sus efectos adversos mediante estrategias para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Es una realidad que las actividades humanas están alterando el clima del mundo. Estamos incrementado la concentración atmosférica de gases que atrapan la energía lo que amplifica el efecto invernadero natural que hace posible la vida en la tierra. Estos gases de efecto invernadero (GEI) son fundamentalmente, el dióxido de carbono (procedente en su mayor parte de la combustión de combustibles fósiles y la quema de bosques) y otros gases que atrapan el calor, cono el metano (generado por la agricultura de regadío, la ganadería y la extracción de petróleo), el óxido nitroso y diversos halocarburos fabricados por el hombre.

El cambio climático significa que estamos alterando los sistemas ecológicos y biofísicos de la Tierra y se prevé que afectará al funcionamiento de muchos ecosistemas y de las especies que lo integran y también tendrá efectos sobre la salud humana. Así, en términos generales y según indica el estudio sobre *«Cambio climático y salud humana: riesgos y respuestas»* de la Organización Mundial de la Salud *indica que la salud pública depende de la existencia de alimentos suficientes, de agua potable segura, de viviendas seguras, buenas condiciones sociales y en entorno ambiental y social adaptado para controlar enfermedades infecciosas. Estos factores pueden verse alterados por el clima.

Sin querer sembrar la alarma y en el ánimo de tener una visión global del tema podemos decir que:

> Las olas de calor están vinculadas alas enfermedades cardiovasculares, respiratorias y de otro tipo (especialmente en ancianos o personas pobres) así como favorecen la reproducción de mosquitos que propagan la malaria, dengue y fiebre amarilla o roedores que podrían expandir su zona de distribución a latitudes mas elevadas. Los modelos climáticos predicen un calentamiento mundial de 1,4-5,8º entre 1990 y 2100.

> Al reducirse los abastecimientos de agua dulce el cambio climático puede afectar los recursos hídricos y el saneamiento reduciéndose el agua disponible y produciéndose una mayor concentración de bacterias y otros microorganismos en aguas no depuradas. Estos factores darían como consecuencia una mayor incidencia de enfermedades diarreicas. También resultarían afectados los embalses y depósitos ya que las lluvias extremas y deslizamientos de terreno estimulan la sedimentación disminuyendo su capacidad.

> Un aumento en la frecuencia o intensidad de episodios meteorológicos extremos representaría una amenaza para la población causando desplazamientos, hambrunas, inundaciones, brotes de enfermedades y perturbaciones ecológicas.

> La seguridad alimentaria podría verse alterada al disminuir de manera local la producción de alimentos conduciría a una mayor malnutrición y hambre, con consecuencias para la salud a largo plazo, esencialmente en niños.

> La elevación de los mares podría invadir las fuentes costeras de agua dulce e inundar zonas costeras, afectando a la industria costera y a la industria basada en estos recursos. Se prevé que el nivel medio del mar aumente de 9 a 88cm para 2100.

> Un menor abastecimiento de agua crearía una tensión adicional para las poblaciones, la agricultura y el medio ambiente.

Así el sistema climático debe ajustarse a la evolución de las concentraciones de gases invernadero para mantener el equilibrio. El clima está cambiando y se ha demostrado científicamente que:

> Ha habido un aumento de 0,6 +- 0,2 º C en la temperatura media mundial desde fines del siglo XXIX.

> El nivel medio del mar se ha elevado de 10 a 20cm.

> La capa de nieve ha disminuido en un 10 % desde 1960 en las latitudes medias y elevadas del Hemisferio Norte.

Podríamos seguir enumerando consecuencias que este cambio climático producirá en nuestro planeta pero lo importante es saber que el cambio climático es un problema mundial que nos afecta a todos y que por tanto el estado de salud de la población es un elemento clave de la transición a la sostenibilidad. Es necesario que se produzcan cambios en los comportamientos de los individuos, en las tecnologías y en la visión del progreso.

Esta implicación mundial se plasmó ya en el año 92 en la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el cambio climático daño intentando dar respuesta internacional al problema del cambio climático que se exterioriza en el famoso Protocolo de Kioto. En documento supone el compromiso de reducción de los 6 gases responsables del calentamiento de la tierra por parte de los países industrializados. Entra en vigor el 2005 y fija el objetivo de reducir las emisiones un 5.2 % en el periodo 2008- 2012. Por parte de la Unión Europea se ha asumido el compromiso de reducir en un 8% la emisión de estos gases. España puede emitir en este periodo, como máximo, un 15% más de lo que emitía en 1990...

Nuestra Comunidad Autónoma aporta en términos cualitativos (según en estudio de la Oficina de Cambio climático de la CAIB, creada en 2005) un 2,3% de las emisiones totales del estado español.

Creo realmente que todos tenemos una responsabilidad en esta etapa que nos ha tocado vivir y que no hemos de dejar solamente en manos de nuestros gobernantes; tenemos un compromiso con nuestra sociedad y hemos de intentar que ese compromiso se palpe en el seno de nuestras familias, en la educación de nuestros hijos y se conseguirá al ENTENDER Y SOBRETODO AL COMPRENDER que ,es un problema de todos, pero que desde nuestra individualidad y nuestras actitudes cotidianas contribuiremos a intentar solucionarlo.

Por todo ello el pilar básico es la EDUCACION Y LA INFORMACION para lograr una sensibilización en:

> la utilización de la energía promoviendo energías alternativas,

> uso de iluminación y electrodomésticos mas eficientes,

> reutilización de materiales en casa, en el trabajo, en el colegio,

> reciclar los residuos con responsabilidad, introduciendo en los contenedores adecuados,

> realizar construcciones que aprovechen las ventajas de la luz y de la energía solar,

> utilizar el trasporte público y la bicicleta, habilitándose carriles seguros por parte de la Administración.

> realizar las compras con responsabilidad promoviendo el comercio justo y solidario.

Podríamos enumerar mas normas de comportamiento responsable pero lo verdaderamente importante es estar convencidos de que nuestra actuación en la sociedad ha de ser responsable y consciente desde que nos levantamos y encendemos las luces (casi siempre mas de las necesarias) hasta tirar la basura y caminar los 100 metros más para llegar al contenedor de papel o de plásticos ¡!

El colegio tiene un papel fundamental en esta labor de educación e información pero no debe limitarse a campañas puntuales en donde los niños recogen latas o aceite sino tener u estilo de vida coherente con el consumo responsable...

Tenemos un gran reto por delante y podríamos seguir exponiendo teorías y opiniones de científicos y estudiosos del la lucha contra el cambio climático pero con este modesto artículo pretendemos que nuestros hijos, nuestra sociedad se sienta parte del mundo y que actúa de forma responsable a la hora de consumir, esto es a la hora de VIVIR ¡!.

PD. Se me olvidaba, el día 15 en mi casa no apagamos la luz, se nos paso el tiempo hablando del cambio climático y del trocito de responsabilidad que tenemos que creo que fue lo mas importante para mi hijo y también para mí. A partir de ahora me acompañara a tirar la basura al contenedor de papel y me pintará guerreros empleando las dos caras del papel. . . un gran logro ¡!

La defensa de los consumidores y usuarios, nuestra razón de ser

La Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias tiene como objetivo fundamental promover y aumentar la protección de los ciudadanos canarios, en cuanto consumidores y usuarios.
Ello implica, entre otro objetivos concretos, promover su formación, dándole a conocer sus derechos y obligaciones así como fomentar su seguridad y protección frente a riesgos que puedan afectar tanto a su seguridad como a sus intereses económicos y sociales, todo ello en un entorno donde las nuevas tecnologías, la conservación del medio ambiente y la necesaria contribución al desarrollo sostenible son referentes básicos.

Las medidas precisas para el logro de estas metas y objetivos pasa por una serie de actuaciones de distinta naturaleza destacando seguidamente aquellas que estimamos mas importantes dentro de las previstas para el presente año.

DE CARÁCTER NORMATIVO CABE RESEÑAR:

> Modificación del Estatuto de Consumidores y Usuarios de esta Comunidad, regulando las lagunas existentes, adaptando la normativa a la realidad actual y a la normativa europea.

> Regulación de los aspectos referidos a procedimientos y adopción de los «códigos de buenas prácticas».

> Regulación de la prestación de servicios, tanto de carácter presencial como a domicilio, haciendo especial hincapié en los de reparación de vehículos, en colaboración con la Dirección General de Industria, dadas sus competencias sobre esta materia.

EN EL ÁMBITO DE LA COOPERACIÓN INSTITUCIONAL:

Es preciso señalar que en la actualidad coexisten oficinas de información al consumidor autonómicas, insulares y municipales, por lo que resulta imprescindible, en aras de una buena gestión, implantar mecanismos eficaces de coordinación y cooperación activa y efectiva, a fin de garantizar una actuación homogénea para la protección de los consumidores y usuarios.

Estas necesidades de cooperación activa se han traducido en la práctica en la celebración de numerosas reuniones de trabajo entre el personal implicado de los tres niveles anteriormente señalados, a través de lo que se ha venido denominando Red Canaria de Consumo. Los resultados de esta Red han sido muy satisfactorios, si bien adolecía de una regulación jurídica adecuada.

En el pasado mes de diciembre, se crea la Red Canaria de Consumo como órgano colegiado de coordinación y colaboración administrativa entre la Dirección General de Consumo y las Oficinas Insulares y Municipales de Información al Consumidor, teniendo entre sus funciones la de fomentar las relaciones de colaboración entre sus miembros, el establecimiento de criterios comunes de interpretación de la normativa en materia de consumo y la homogeneización del tratamiento de las reclamaciones.

Esta comisión está constituida por el Pleno y las Redes de Consumo de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife.

EN CUANTO A LA FORMACIÓN E INFORMACIÓN:

Particular importancia tiene en la política de defensa y protección del consumidor todas las acciones que contribuyen a, no solo que conozcan sus derechos, sino la manera de ejercerlos con responsabilidad, como contribución a su integridad como personas; un consumidor y usuario que utilice racionalmente los recursos, incorpore en sus hábitos valores ecológicos y haga un uso adecuado de las nuevas tecnologías.

Resulta de especial interés para la Dirección General de Consumo mejorar las actuaciones relativas a la información y formación de los consumidores y usuarios, para lo cual los acuerdos de colaboración con otras instituciones de carácter educativo, (universidades canarias, los centro educativos y otras instituciones formativas) a fin de promover y difundir en dichos ámbitos la formación en materia de consumo.

De ahí, la participación de este Centro Directivo como socio gestor, de la Red de Educación del Consumidor, iniciada el pasado mes de diciembre, con el objetivo de potenciar la Educación del Consumidor, fundamentalmente en la enseñanza reglada no universitaria, con el fin de conseguir que los consumidores sean cada vez mas conscientes, críticos, solidarios, responsables y comprometidos con sus entorno medioambiental, conscientes de sus derechos y preparados para asumir sus responsabilidades; siendo esto un elemento que contribuirá al logro de las metas y objetivos indicados anteriormente.

Con la consecución de los aspectos aquí expuestos, que forman parte del Plan de Trabajo de la Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias, se lograría dar un importante impulso a favor de los Consumidores y Usuarios de esta Comunidad y, por tanto, en la mejora de la calidad de vida y el bienestar general de esta sociedad.

Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias

Educación para la ciudadanía

Cumpliendo el acuerdo adoptado por los miembros de la RED E-CONS, incluimos aquí información sobre la asignatura Ciudadanía. No queremos entrar en la polémica que ha suscitado su introducción en el currículum. Nos limitamos a informar sobres sus contenidos básicos y sobre un estudio de libros de texto que hemos realizado para descubrir cómo han sido abordados en ellos los contenidos que hace referencia a la Educación para el consumo responsable.

LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE EN EL CURRÍCULUM

Educación Primaria

Se incluye en el bloque 3, que aborda contenidos bajo el epígrafe *«Vivir en sociedad»*

> La convivencia social. Necesidad de normas para convivir. Iniciación a la participación ciudadana en el municipio desde la escuela.

> Conocimiento de los principios de convivencia que establece la Constitución española y caracterización de la democracia.

> Identificación de los bienes comunes y de los servicios que los ciudadanos reciben del Ayuntamiento, la Comunidad o el Estado y la contribución de los ciudadanos a su mantenimiento a través de los impuestos.

> Hábitos cívicos: cuidado del entorno. Respeto a las normas de movilidad vial. Educación para el Consumo Responsable.

Educación Secundaria Obligatoria

Se incluye en 2 de los 6 apartados del bloque 4 *«Las sociedades democráticas del siglo XXI»*

> Identificación, aprecio y cuidado de los bienes comunes y servicios públicos. Los impuestos y la contribución de los ciudadanos. Compensación de desigualdades. Distribución de la renta.

> Consumo racional y responsable. Reconocimiento de los derechos y deberes de los consumidores. La influencia del mensaje publicitario en los modelos y hábitos sociales.

Así mismo se incluye en el apartado 6 de los *«Criterios de evaluación»*

> Identificar los principales servicios públicos que deben garantizar las administraciones, reconocer la contribución de los ciudadanos y ciudadanas en su mantenimiento y mostrar, ante situaciones de la vida cotidiana, actitudes cívicas relativas al cuidado del entorno, la seguridad vial, la protección civil y el consumo responsable.

> El objetivo de este criterio es comprobar que se reconocen los principales servicios que las administraciones prestan a los ciudadanos, el sentido de responsabilidad pública de los cargos elegidos y, a la vez, las obligaciones que corresponden a cada ciudadano en el cuidado y mantenimiento de los servicios públicos a través de la contribución fiscal. Asimismo, se trata de comprobar que se conocen las obligaciones cívicas que le corresponden en el cuidado del entorno, la seguridad vial, la protección civil o el consumo responsable.

ESTUDIO DE LIBROS DE TEXTO

Desde la coordinación de la RED Española de Educación del Consumidor, hemos realizado un análisis de 19 libros de texto de otras tantas editoriales (a petición del Instituto Nacional del Consumo), para ver cómo se recoge en ellos la Educación para el Consumo Responsable.

Aspectos analizados:

- ¿Cubre los objetivos, contenidos y criterios de evaluación del currículum?
- ¿Aparece en el índice claramente diferenciada la Educación para un Consumo Responsable?
- ¿Se plantean o están claro los objetivos que se persiguen en este campo?
- ¿Se incluyen contenidos concretos significativos?
- ¿Se incluyen propuestas de actividades que hagan posible generar competencias en el alumnado como consumidor/a?
- Valoración general.

Conclusiones:

Hay una enorme diversidad de contenidos y maneras de abordar la educación para el consumo responsable en las diferentes editoriales. Se podría afirmar que existen tantas formas distintas como editoriales.

> Son contenidos eminentemente filosóficos, teóricos y generalistas.

> La mayor parte de los libros editados no cumplen el currículum de la asignatura ciudadanía.

> La mayoría de ellos no cubre los objetivos, contenidos y criterios de evaluación que para el consumo responsable se incluyen en el currículum y necesita la sociedad actual.

> En la mayoría de los libros analizados, los contenidos de consumo no aparecen en el índice claramente diferenciados. En algunos de ellos aparecen en un apartado del índice general, en otro ni siquiera eso.

> Mucho de los libros incluyen unen los contenidos de consumo a los contenidos medioambientales.

> En la mayoría de los libros no quedan claros los objetivos que se persiguen en el campo de la educación para el consumo responsable.

> En la mayoría de los libros no se incluyen contenidos concretos significativos.

> En la mayoría de los libros de texto no se incluyen propuestas de actividades que hagan posible generar competencias en el alumnado como consumidor/a.

> Se han podido detectar importantes errores de contenidos. Se puede ver la rapidez con que han sido elaborados los contenidos.

> Las metodologías que se proponen podrían ser adecuadas para obtener información y el desarrollo de ciertas capacidades que para desarrollar competencias.

> La valoración general de los contenidos y actividades propuestas en la mayoría de los libros de texto es muy negativa, por cuanto no cumplen los objetivos, cometen errores, son muy teóricos, filosóficos, poco prácticos y no dotan al alumnado de las competencias básicas necesarias para desenvolverse en la sociedad actual.

>CANTABRIA_Organismo: Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria **Dirección:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Teléfono:** 942 210600 **Fax:** 942 210867 **E-mail:** escuela@infoconsumo.es **Persona de contacto:** Nieves Álvarez

>ASTURIAS_ Organismo: Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias **Dirección:** C/ Santa Susana, 20, 2º, 33007 Oviedo **Teléfono:** 985 108303 **Fax:** 985 108310 **E-mail:** carmenmg@princast.es **Persona de contacto:** Carmen Martínez González

>COMUNIDAD VALENCIANA_ Organismo: Dirección General de Seguridad Industrial y Consumo de la Generalitat Valenciana **Dirección:** C/ Colón 32, 46004 Valencia **Teléfono:** 96 3184224 **Fax:** 96 3184217 **E-mail:** lopez_mjorod@gva.es **Persona de contacto:** Mª José López Ródenas

>GALICIA_ Organismo: Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia **Dirección:** Avda. Gonzalo Torrente Ballester, 1-5 bajo, 15707 Santiago de Compostela **Teléfono:** 881-999091 **Fax:** 881-999 089 **E-mail:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacto:** Esther Álvarez Fernández

>CASTILLA-LA MANCHA_ Organismo: Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha **Dirección:** C/ Berna, 1, 1ª planta, 45071 Toledo **Teléfono:** 925 284530 **Fax:** 925 226206 **E-mail:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacto:** Alejandro Salcedo Aznal

>EUSKADI_ Organismo: Dirección de Consumo y Seguridad Industrial del Gobierno Vasco **Dirección:** C/ Donostia-San Sebastián nº 1, 01010 Vitoria-Gasteiz **Teléfono:** 945 019924 **Fax:** 945 019947 **E-mail:** n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacto:** Nekane Ribado Vitorica

>EXTREMADURA_Organismo: Presidencia.Vicepresidencia 1ª y Portavocía. Dirección General de Consumo **Dirección:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª planta 06800 Mérida (Badajoz) **Teléfono:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **E-mail:** ana.grande@prs.juntaex.es **Persona de contacto:** Ana Grande Murillo

>MADRID_ Organismo: Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid **Dirección:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28008 Madrid **Teléfono:** 91 5803200 **Fax:** 915803338 **E-mail:** angel.escolar@madrid.org **Persona de contacto:** Ángel Escolar-Noriega Prieto

>ARAGÓN_ Organismo: Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón **Dirección:** Vía Univérsitas, 36, 6ª Planta, 50017 Zaragoza **Teléfono:** 976 714792 **Fax:** 976 715609 **E-mail:** formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacto:** Francisca Pérez Jiménez

>CASTILLA Y LEÓN_ Organismo: Agencia de Protección Civil y Consumo de la Junta de Castilla y León **Dirección:** García Morato, 24, 47007 Valladolid **Teléfono:** 983 413196 **Fax:** 983 410078 **E-mail:** cordelfr@jcyl.es **Persona de contacto:** Francisco Corzo Delibes

>LA RIOJA_ Organismo: Dirección General de Educación y Dirección General de Salud Pública y Consumo del Gobierno de la Rioja **Dirección:** C/ Gran Vía, 18, 26071 Logroño **Teléfono:** 941 291203 **Fax:** 941 291712 **E-mail:** consumo.formacion@larioja.org **Persona de contacto:** Mª José Gómez de Segura Martínez

>C. TENERIFE_ Organismo: Dirección Insular de Innovación y Desarrollo de Proyectos del Cabildo de Tenerife **Dirección:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Teléfono:** 922 314501 **Fax:** 922 314511 **E-mail:** ldominguez@cabtfe.es **Persona de contacto:** Luis Domínguez Rodríguez

>CATALUÑA_ Organismo: Agencia Catalana de Consumo **Dirección:** Gran Via Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona **Teléfono:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **E-mail:** aula.consum@gencat.net **Persona de contacto:** Julià Guimerà Gargallo

>MURCIA_ Organismo: Dirección General de Consumo de Murcia **Dirección:** C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edfic. Atlas 30071 Murcia **Teléfono:** 968 357188 **Fax:** 968 228366 **E-mail:** mrosa.sancho@carm.es **Persona de contacto:** Maria Rosa Sancho Celdrán

>ANDALUCÍA_ Organismo: Dirección General de Consumo. Consejería de Gobernación. Junta de Andalucía **Dirección:** Plaza Nueva, 4, 41071 Sevilla **Teléfono:** 955 041459 **Fax:** 955 041461 **E-mail:** melena.suarez@juntadeandalucia.es **Persona de contacto:** Elena Suárez Mariscal

>MELILLA_ Organismo: Dirección General de Sanidad y Consumo de Melilla **Dirección:** c/ Duque de Ahumada s/n (Edif. Mantelete), 52001 Melilla **Teléfono:** 952 699271 **Fax:** 952 699272 **E-mail:** mangos01@melilla.es **Persona de contacto:** Mª Dolores Angosto Sánchez

>NAVARRA_ Organismo: Dirección General de Familia, Infancia y Consumo del Gob. de Navarra **Dirección:** Parque de Tomás Caballero, 1 – 2ª planta, 31005 Pamplona **Teléfono:** 848 427739 **Fax:** 848 42 35 87 **E-mail:** bberruec@cfnavarra.es **Persona de contacto:** Blanca Berruete Cilveti

>BALEARES_ Organismo: Dirección General de Consumo del Gobierno de las Islas Baleares **Dirección:** c/ Paseo del Borne, 17/07012 Palma de Mallorca **Teléfono:** 971 176272 **Fax:** 971 176959 **E-mail:** mdgarcia@dgconsum.caib.es **Persona de contacto:** Mª Dulce García Caballero

>CANARIAS_ Organismo: Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias **Dirección:** c/ León y Castillo, nº 200, Edf. Servicios Múltiples III, Planta 1ª, 35004 Las Palmas de Gran Canaria **Teléfono:** 928 899323 **Fax:** 928 899768 **E-mail:** mrivgom@gobiernodecanarias.org **Persona de contacto:** Mª Luisa Rivero Gómez