



# Global express

A actualidade na aula

## Consumista eu?

1.



1. O que che suxiren estas imaxes?

2. Que relación hai entre elas? Propón un título para as tres.

## 2. Achégase o Nadal...

Le o texto e responde ás preguntas que hai a continuación:



Achégase o Nadal. Ana, Xoán e seus fillos, Mar e Paulo, recibiron o convite duns amigos para celebraren o encontro anual de antigos alumnos do instituto. Celebrarase unha comida nun restaurante da cidade.

Cando chegan ao estacionamento, Ana e Xoán encóntranse con Luís e a súa compañeira; tamén ven o Carlos que veu con seus fillos xemelgos de 8 anos.

Despois de se saudaren, Carlos fixa a súa atención no coche de Luís, o último modelo XR450 inxección. É o primeiro que ve na rúa despois de ter visto a fotografía no suplemento do xornal: é rápido, con moita capacidade, é o que o necesitaría para ir cos meniños de fin de semana e para impresionar seu cuñado e compañeiros do ximnasio agora que se aproxima o Nadal.

Eles son os últimos en entrar no restaurante. Alí están Emilia, Xavi, Henrique e Paula, que viñeron con Nuria, que xa cumpriu os 14 anos.

Emilia e Ana sentan xuntas. Hai moito tempo que non se ven; Emilia, que vive soa, viaxa moito e é moi difícil poder encontrarse con ela. Durante a comida, Emilia explícalle marabillas do seu último destino de vacacións. É xusto o que Ana necesitaría para poder descansar; ademais, sempre que regresan das vacacións todo o mundo explica as súas viaxes e mostra as fotografías, e eles só van de vacacións á aldea...

Mentres os adultos están a tomar o café, Mar e Nuria saen ao xardín. Pasan de ouvir novamente as batallas de seus pais. Ademais, Mar trouxo o seu novo MP4 para poder ouvir música. Nuria xa llo vira a moitos compañeiros do instituto: é pequeno, haino en cores moi diferentes e ten moita máis capacidade có MP3 que lle regalaron hai tres meses polo seu aniversario.

Entre tanto, Paulo xoga cos xemelgos, que trouxeron as súas consolas co último xogo de fútbol. Xa xogara con el na casa de Daniel, cos amigos da escola, mais ficou na última posición.

3. Os personaxes desta historia déixanse influír por...

4. Cres que é unha esaxeración ou que se axusta á vida real? Tamén che sucede? Quen ou que te inflúe no momento de comprar?

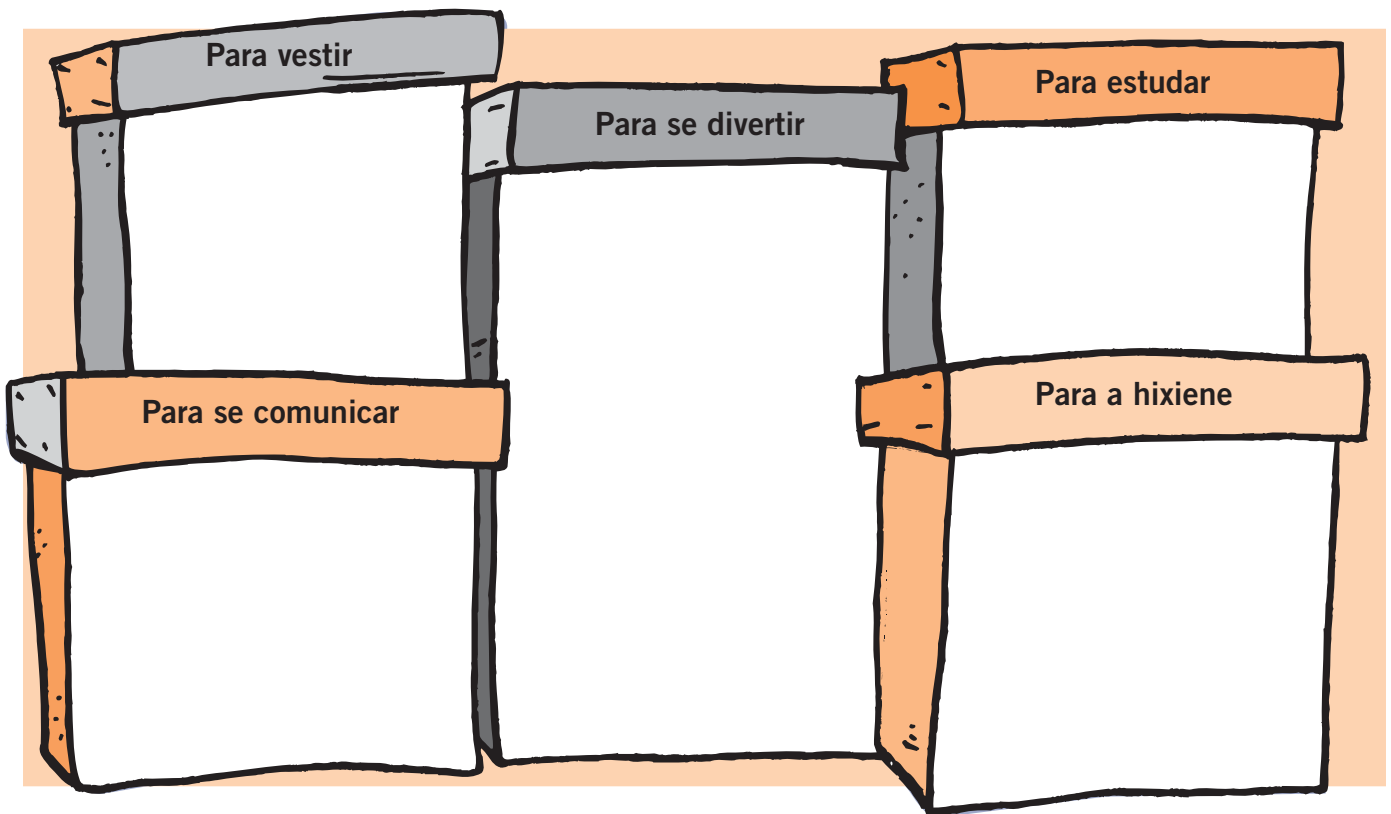
# 3. Ter ou non ter



Imaxina que a empresa na que traballa túa nai se traslada de cidade. Este traslado é unha oportunidade para túa nai e todos estades moi esperanzados coa mudanza.

Chegou o momento da mudanza e de facerdes as caixas. Como a casa nova é máis pequena e non cabe todo, entre todos decidistes que teredes que prescindir dunha cuarta parte dos vosos obxectos. Fai un inventario de todas as túas cousas, de todo.

5. Fai un inventario de todo o que tes no teu cuarto –excepto o mobiliario, do que se encarga a empresa de mudanzas directamente– e distribúeo nas diferentes caixas.



6. Agora toca decidir de qué nos desfacemos. Lembra que debes deixar un 25% das túas cousas, de que prescindirías? Facede unha lista en común de todo o que deixariades.
7. Que primeira conclusión podedes tirar vendo a lista de cousas prescindibles?
8. Que tipo de cousas se rexeitaron?
9. Que farías coas cousas que sobran?

# 4. Nadal, doce Nadal

O Concello de Madrid gastou en 2006 3,5 millóns de euros (“só” un millón de euros máis có ano pasado) nunha iluminación de rúa que emitiu máis gases contaminantes á atmosfera (unhas 3.000 toneladas de CO<sub>2</sub>). Un novo luxo para un país que xa é líder en incumprir o protocolo de Kioto de redución de emisións.

■ [www.ecologistasenaccion.org](http://www.ecologistasenaccion.org)

Entre o 15 de decembro e o 15 de xaneiro, xeramos máis do 30% do volume de papel e cartón anual. Caixas, bolsas, papel de regalo e demais.

Mentres que no resto do ano cada persoa xera un quilo e medio de lixo por día (hai 30 anos non se chegaba nin ao medio quilo), nas datas do Nadal son dous quilos; e a metade, claro, envoltorios e embalaxes

■ *El País*, 6 de xaneiro de 2006

Nestas datas, déitase no lixo até un 40% dos alimentos producidos, debido a descartes por esixencias estéticas do mercado, os erros na distribución de tan grandes volumes, etcétera.

■ [www.ecologistasenaccion.org](http://www.ecologistasenaccion.org)

- 10.** Nas datas próximas do Nadal, o noso consumo dispárase, xeramos máis lixo, utilizamos máis enerxía... Ocorrênsenos outros “excesos” ademais dos que se mencionan nestas noticias? Investigade cal é o consumo “extra” no período do Nadal na vosa vila ou cidade.

Cando compras un perfume de alta cosmética, resulta que o que estás a comprar son 25 mililitros de *eau de parfum*. Ese líquido que poderíamos transportar na palma da man vén, porén, envasado nun frasco de fantasía que pesa até 10 veces máis. Vai tapado cunha cápsula de plástico tan grande como a botella e protexido nun cartón ondulado que se insire nunha caixa de cartolina grosa envolvida nunha película de plástico pechada por un adhesivo de papel. Xa levamos seis capas de diferentes materiais de embalaxe.

A persoa que o compra, antes de pagar pide que llo envolvan para regalo. E é entón cando o absurdo alcanza o seu punto álxido, pois o máis probable é que se lle engada unha capa de papel de celofán, varios anacos de fita adhesiva, un lazo, un adhesivo do tipo *Felices Festas* ou *Desexo que che guste*, e que todo iso nolo poñan nun recanto dunha bolsa de deseño do Nadal apta para transportar 10 veces máis volume e que pecharán na parte superior con outro adhesivo coa marca da perfumaría.

José Luís GALLEGU. “La orgía de los envoltorios”. *El País*, 6 de xaneiro de 2006.

- 11.** Facede unha descrición similar con outros regalos.
- 12.** Convertede o texto nunha banda deseñada e expoñédeo na aula.
- 13.** Poñede título a estas imaxes. Despois, comentádeas na aula.



[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)



[www.consumehastamorri.org](http://www.consumehastamorri.org)

# 5. A electrónica en verde

**14.** Traballando en grupo, observade o comportamento ecolóxico das principais empresas electrónicas a partir da puntuación que lles outorgou Greenpeace.

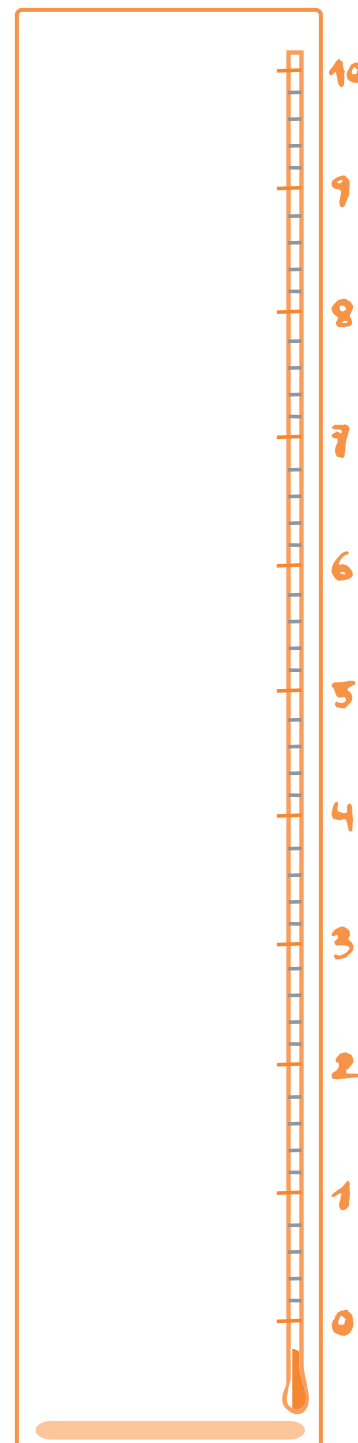
**15.** Situade cada marca e a súa puntuación no termómetro ecolóxico, e comentade o resultado. Compara os datos recollidos no cadro coa última versión do relatorio de Greenpeace que podedes consultar en <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/ranking-verde-de-electronicos-3.pdf>. Mantéñense as tendencias?

## TEMPERATURA ECOLÓXICA de las principales marcas electrónicas

MARCA	RESTRINXIR (O COMPROMISO DE FACELO) AS SUSTANCIAS PERIGOSAS CONTIDAS NOS SEUS PRODUTOS <sup>(1)</sup>	COMPROMISO DE RECOLLER E RECICLAR RESPONSABLEMENTE OS SEUS PRODUTOS UNHA VEZ QUE ESTES SEXAN REFUGADOS <sup>(2)</sup>	PUN- TUACIÓN (de 1 a 10)
ACER	Substitución de materiais contaminantes para 2009.	Falta de información sobre volume de reciclados.	5,3
APPLE	Non fixa prazos para eliminar o PVC <sup>(3)</sup> dos seus produtos e non se compromete a deixar de utilizar retardantes de chama bromados (BFRs.)	Escasa información do seu sistema de reciclaxe. Si informa das cantidades.	2,6
DELL	Gran definición do Principio de precaución. Apoio explícito para a Responsabilidade Individual do Produtor <sup>(4)</sup> . Aínda non ten modelos libres de PVC nin BFRs.	Anunciou a súa intención de proporcionar servizos mundiais de recolla e reciclaxe, sen importar onde foi vendido.	7
FUJITSU - SIEMENS	Hai tempo mellorou a súa definición do Principio de precaución e declarou que apoiaba a Responsabilidade Individual do Produtor. Non estableceu datas para eliminar o PVC e os BFRs. Ten no mercado produtos sen BFRs.	Ten recolla e reciclaxe voluntarias só en Sudáfrica. Pensa ofrecer información nos países con lexislación sobre o tema.	8
HP	Establece prazos para substituír algunhas substancias, mais non os establece para o PVC e os BFRs.	Primeira empresa que idea unha metodoloxía de cálculo de recolla e reciclaxe en función das porcentaxes de vendas.	5,6
LENOVO	Lanzamento da marca en 2006; era a última do ranking. Mellorou a respecto do Principio de precaución e á Responsabilidade Individual do Produto. Os seus produtos non están libres de PVC nin de BFRs.	Proporciona servizos mundiais de recolla e reciclaxe, sen importar onde foi vendido o seu produto. É a primeira empresa que consegue este obxectivo.	8
LG ELECTRONICS	A súa puntuación positiva é por lanzar ao mercado modelos de teléfonos móbiles sen BFRs.	Cae no ranking pola súa contraditoria actitude: na súa web declara que a Responsabilidade Individual do Produtor debe ser para a empresa, mais nos E.U.A. fai parte dunha coalición de empresas que tratan de conseguir que os consumidores paguen unha Cota Adiantada por Reciclaxe.	3,6
MOTOROLA	Proporciona información sobre os seus produtos no mercado que non conteñen BFRs, mais aínda ten de fixar os prazos para a eliminación de todos os BFRs e PVC de toda a súa gama de produtos.	Ten alta puntuación polo seu apoio á Responsabilidade Individual do Produtor. Informa ao cliente sobre cómo reciclar os seus teléfonos rexeitados que recolle e recicla no 80% dos países onde se venden os seus produtos. Non informa da proporción que recicla en función do volume de venda.	6,3

<b>NOKIA</b>	Desde 2007, eliminou o PVC nos novos modelos de teléfonos móbiles e os seus compoñentes tampouco levan BFRs. Mais non dá prazos para eliminar o PVC do resto da súa gama de produtos, incluíndo equipamentos de redes.	Ten máxima puntuación pola súa Responsabilidade Individual do Produto, mais non dá cifras dos móbiles que recicla.	7,3
<b>PANASONIC</b>	Descende desde o segundo posto do ranking até os últimos. Só ten algúns compoñentes libres de PVC, mais non ten produtos que non o conteñan. Tampouco fornece prazos para a eliminación do PVC e de todos os BFRs da súa gama de produtos.	Non apoia a Responsabilidade Individual do Produto e ten limitados programas de recolla voluntaria.	3,6
<b>SAMSUNG</b>	Retirouse da Coalición Estadounidense de Fabricantes de Electrónicos pola Reciclaxe Responsable, o que fixo subir a súa puntuación. Tamén proporciona prazos para a eliminación progresiva das substancias perigosas e por mellorar a información ao consumidor sobre o que facer cos produtos rexeitados.	Perde puntos porque a pesar de proporcionar recolla voluntaria do seu lixo electrónico, unicamente o fai nalgúns países e só para algúns grupos de produtos.	6,3
<b>SONY</b>	Aínda debe fixar prazos para substituír o PVC e os BFRs. Ten no mercado modelos libres dos químicos máis perigosos.	A súa baixa puntuación débese aos seus duplos estándares corporativos acerca da Responsabilidade Individual do Produto. Na Europa, é membro fundador da Plataforma Europea de Reciclaxe, porén nos E.U.A. fai parte dunha coalición que se opón á Responsabilidade do Produto e trata de conseguir que os consumidores paguen unha Cota Adiantada por Reciclaxe.	4
<b>SONY ERICSON</b>	O 1 de xaneiro de 2008 é o prazo que fixou para eliminar o uso de BFRs e outros contaminantes. Desde 2006, os seus móbiles están libres dos químicos máis perigosos.	Forte apoio á Responsabilidade Individual do Produto. Non informa sobre a cantidade de teléfonos móbiles que recolle e recicla.	7
<b>TOSHIBA</b>	Dá prazos para a eliminación do PVC e os BFRs nos seus computadores, aínda que non en toda a súa gama de produtos.	Perde puntos pola súa falta de apoio á responsabilidade Individual do Produto e por non presentar información aos clientes acerca do que se debe facer cos produtos que descartan.	4,3

## TERMÓMETRO ECOLÓXICO



Ranking verde de electrónicos. Greenpeace. Marzo, 2007.

- (1) Dando información aos clientes sobre a recolla responsable en todos os países onde se venden os seus produtos.
- (2) Publicación das cantidades de residuos eléctricos e electrónicos recollidos e reciclados.
- (3) PVC: Policloruro de vinilo.
- (4) Responsabilidade Individual do Produto: cada empresa debe facerse responsable do lixo electrónico dos seus propios produtos rexeitados.

**16.** Que marcas de móbiles son as máis presentes na aula? Cal é o comportamento ecolóxico das marcas máis presentes? E o da marca á que pertence o teu móbil?



# 6. A cara oculta dos móbiles

Un teléfono, por termo medio, inclúe máis de 400 compoñentes. Destes, a maioría son plásticos e metais.

Para alén do cobre, un móbil contén ferro, níquel, zinc, chumbo, prata e os seus compostos, mais tamén rodio, paladio, berilio. Non obstante, o máis importante é o coltán.

A columbita-tantalita – coltán na súa forma abreviada – é un metal que se encontra en diversos países do Norte, como Canadá ou Australia, aínda que se encontra tamén en importantes cantidades na zona este do Congo. Cando se refina, convértese en tantalum metálico e niobio. O tantalum transfórmase nun po resistente ao calor e que, ademais, pode aguantar unha alta carga eléctrica, o que permite dar maior duración ás baterías.

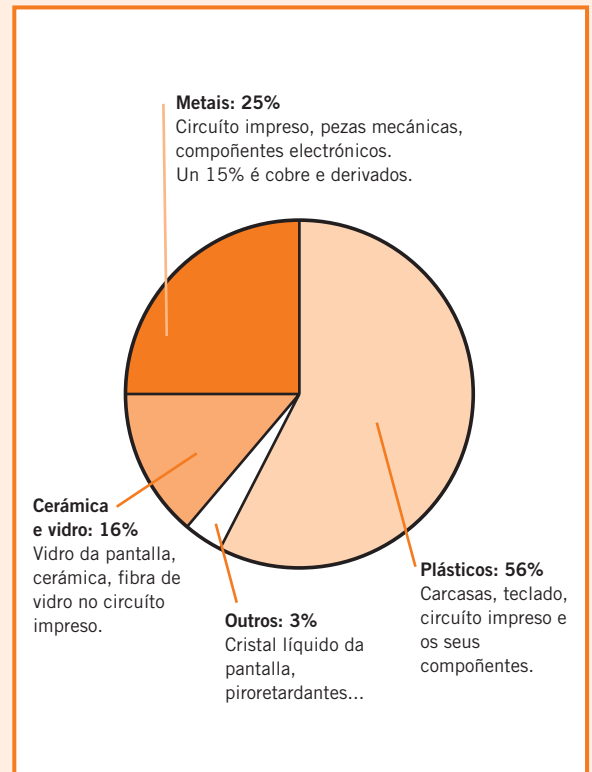
Estas propiedades convérteno nun elemento vital para fabricar condensadores, os elementos electrónicos que controlan o fluxo dentro das placas dos circuítos. Os condensadores de tantalum son usados en case todos os móbiles, laptops e moitos outros dispositivos electrónicos.

O recente boom da tecnoloxía electrónica fixo que o prezo do coltán se disparase, chegando a 400 \$ o quilo, o que provocou non só que compañías como Nokia e Sony pelexen por el, senón tamén un grave desequilibrio sociopolítico nos principais países do Sur onde se extrae este metal.

O 80% das reservas mundiais de coltán encóntrase na África, principalmente nunha das zonas de maior conflictividade bélica como é a República Democrática do Congo, ocupada polos exércitos de Ruanda e Uganda. Neste país, máis de 10.000 mineiros recollen en condicións infrahumanas a arxila da que se extrae o coltán.

Traballan escavando grandes buracos en filas para extraer o coltán do subsolo. Despois botan auga e verten o lodo formado en grandes tubos de lavado, conseguindo que o metal se deposite no fondo debido á súa alta densidade. Un bo traballador pode producir un quilo de coltán nun día. A súa extracción está ben paga, se temos en conta que o salario medio dun traballador no Congo é duns 10 \$ por mes, mentres que un obreiro do coltán pode conseguir de 10 \$ a 50 \$ por semana.

Un relatorio polémico do Consello de Seguridade das Nacións Unidas trouxo á luz que, no Congo, países involucrados na actual guerra están a explotar recursos naturais, principalmente o coltán. Hai relatorios que demostran que as veciñas Ruanda e Burundi están involucradas no contrabando de coltán no Congo, usando as ganancias xeradas polo alto prezo do mesmo para continuar a manter a guerra. O relatorio estima que o exército ruandés obtivo, como mínimo,



250 millóns de dólares nun período de 18 meses a través da venda de coltán, a pesar de que o referido mineral non se extrae en Ruanda. Todos os países involucrados no conflito negan ter explotado os recursos naturais do Congo, así como o feito de que as guerras que azoutan a área sexan precisamente orixinadas polo control das minas de coltán.



- 17.** Por que o coltán se converteu nun metal tan apreciado neste momento?
- 18.** Comenta as dúas fotografías que acompañan o texto e establece unha relación entre elas.
- 19.** Pensade entre todos cáles son as consecuencias que a guerra polo coltán debe estar a provocar entre os habitantes desta zona do Congo.
- 20.** Despois do que concluímos na pregunta anterior e de ler esta información xornalística, discutide en pequenos grupos de qué xeito nos afecta o custo económico e social que xera o problema do acceso ao coltán. Como credes que poderíamos contribuír para solucionalo?

Cando marcamos un dígito, falamos e escoitamos non nos preocupamos do que hai detrás da nosa acción, nin no referente ás traxedias bélicas, nin no tocante aos residuos e á súa reciclaxe. Está comprobado que, a pesar de que un teléfono móbil pode durar 10 anos, renovando a batería cando conveña, non acostuman manterse máis alá de dos anos. Se os habitantes dos países industrializados fôsemos conscientes de todo o que implica a compra, o rexeitamento, unha nova adquisición, o rexeitamento do móbil anterior, se o tivermos en conta, nin a moda, nin a publicidade, nin os obsequios envelenados poderían conducirnos á dilapidación. E sería posible que na África Central a man de obra se dedicase á agricultura en lugar de ás cobizadas minas xeradoras de contendas (e sería palpable que o envelenamento da terra, o aire e a auga se frearía).

Eulàlia SolÉ. *La Vanguardia*, 28 de setembro de 2007



# 7. Xoguetes caros... moi caros

Segundo a Asociación Española de Fabricantes de Xoguetes (AEFJ), no Nadal cómpranse o 75% dos xoguetes que se venden cada ano.

O 65% dos xoguetes que consumimos procede da China, onde, para fabricalos, traballan doce horas ao día nenos de entre 12 e 14 anos e por un dólar diario.

■ Juan Francisco MARTÍN SECO, "¿Quién comprará los juguetes?" [www.lainsignia.com](http://www.lainsignia.com)

As principais marcas de xoguetes do mundo, como o xigante Hasbro (fabricante de Action Man, Playskool, bonecas Bratz...), Mattel (Barbie) ou Disney deixaron de subcontratar a súa fabricación con empresas de Taiwan ou Hong Kong para facelo con fábricas do continente chinés. Cantón, onde a man de obra é máis barata e onde, na actualidade, en máis de 8.000 factorías son fabricados os dous terzos dos xoguetes da China.

■ "Juguetes de miseria: China y la esclavitud infantil" [www.hazteoir.org](http://www.hazteoir.org)

Hai pouco, dúas ONG chinesas – Asia Monitor Research Center e Hong Kong Christian Industrial Comitee – denunciaron as cruéis condicións de traballo nesas fábricas, semellantes ás que describiu Carlos Dickens na Inglaterra do século XIX. Contrátase sobre todo – polas súas mans finas e diminutas, máis aptas para ensamblar as pequenas pezas dos xoguetes – mulleres moi novas, que acaban de saír da infancia.

Estas adolescentes vense obrigadas a traballar entre 12 e 16 horas por día, seis días por semana, por un salario medio de 45 euros por mes. Ou sexa: un euro e medio por día! Deste salario misérrimo, o patrón aínda deduce os gastos de aloxamento e de alimentación... O 90% desas obreiras mozas ignora a existencia de leis laborais, o número legal de horas de traballo ou o salario mínimo.

As condicións de seguridade son escasas e perigosas. Nunha mesma instalación, concéntranse os talleres de produción, os almacéns de materias primas e os dormitorios das obreiras. En caso –frecuente– de incendio, estas son as primeiras vítimas. No ano pasado, nun só incendio morreron queimadas vivas 276 traballadoras e 599 foron feridas... Cando baixan as encomendas, entre xaneiro e xullo, son despedidas sen máis cunha indemnización miserable e son devolvidas á súa afastada provincia de orixe.

Unha desas mozas labregas era Li Chunmei, que abandonou a súa vila aos 15 anos para buscar un traballo na provincia de Guangdong. Catro anos despois, morría por esgotamento na fábrica de xoguetes Bainan.

No 13 de maio de 2002, o *Washington Post* informaba dos feitos. O falecemento ocorreu en novembro, ao final da época alta, que se inicia en maio. Cando morreu, Li Chunmei levaba máis de dos meses sen un só día libre, traballando de pé 16 horas por día. As mortes por esgotamento, chamadas *guolaosi*, non son raras nesta época do ano.

21. **Imaxina e describe un día completo dunha traballadora moza nunha fábrica de xoguetes.**
22. **Que poboación é a que se ve máis afectada polas condicións laborais? Por que?**
23. **Cales crees que son as causas principais para que se verifiquen situacións laborais tan extremas?**
24. **Consultade os criterios de comercio xusto e imaxinade de qué modo mellorarían a situación laboral destas persoas se as organizacións para as que traballan cumprisen estas condicións:**  
[www.IntermonOxfam.org/comerciojusto](http://www.IntermonOxfam.org/comerciojusto)

## 8. E nós, o que podemos facer?

Agora que vén o Nadal... e o día da nai, do pai, dos namorados, o amigo invisible...

Antigamente, facer un regalo era un acto cheo de significado, de cariño para coa persoa que o recibía. Era un xesto que requiría esforzo e que tiña un valor profundo. Actualmente, o mercado e a publicidade encargáronse de tirar a este acto o seu sentido orixinario e convertérano nunha obriga case cotiá, forzando un consumo exaxerado de produtos moitas veces prescindibles, inútiles e repetidos... O regalo xa non se fai a quen queremos senón a calquera marca que nos queira “comprar”.

Agora que coñecemos o impacto do noso consumo é o momento de actuar, desde diferentes ámbitos, para lle pór freo: **REDUCIR, REUTILIZAR, RECICLAR**, eis a cuestión. Propómosvos unha serie de iniciativas que vos serán útiles nesta tarefa.

## Infórmate!

O primeiro paso para a acción é informarse, o que inclúe seleccionar as fontes e procurar fontes alternativas de información que axuden a compensar as das voces dominantes. Eis algúns exemplos de campañas de interese:

*Apaga a TV, acende a vida! Que papel xoga a TV na nosa vida? Sabías que as cadeas españolas emitían no ano de 1999 máis de 50.000 anuncios por mes? O investimento das empresas para nos convenceren dos seus produtos é impresionante.*



*“A publicidade é a verdadeira xustificación do feito televisivo. Atractivos, breves, impactantes, moralmente ambiguos... son a promesa dun mundo mellor en trinta segundos.”*

*Integral, n.º 231. Marzo de 1999*

*Cantas horas por día dedicades a ver a TV? Facede a conta. Cantos días por ano dedicades a ver a tele? Segundo a media española, a TV pode chegar a ocupar entre 12 e 15 anos do seu tempo vital. Canta máis TV consumimos, máis produtos parecen imprescindibles.*

*Campaña *Unha semana sen TV* (do 23 ao 29 de abril) [www.tv-turnoff.org](http://www.tv-turnoff.org) e [www.adbusters.org](http://www.adbusters.org)*

***SLOW FOOD** versus **FAST FOOD!**  
O movemento *Slow Food* (comida lenta) xorde en Italia en contraposición á corrente do *fast food* (comida rápida) representado este polas grandes cadeas alimentarias.*

*[www.slowfood.es](http://www.slowfood.es)*

**25.** Facede unha lista das vantaxes medioambientais e sociais que implica a substitución da moda *fast food* pola *slow food*.

## Consulta especialistas!

Podemos aprender doutros que por idade e experiencia, ou por opción persoal, son especialistas en reducir, reutilizar e reciclar. Persoas heroicas capaces de sobreviviren e se resistiren aos cantos de serea da nosa sociedade de consumo.

- 26.** **Personaxes en perigo de extinción? Investigade entre o profesorado e o resto de mozos do voso centro se hai alguén que non teña móbil, TV ou carné de conducir. Podedes facer un cartel ao estilo “Recompensa” ou “Búscase”. Facédelles unha entrevista: breve presentación, motivos da súa opción, vantaxes, inconvenientes... Publicade a noticia na web do centro ou na revista escolar...**
- 27.** **Unha visita ao lar da terceira idade? A xente que sobreviviu a épocas difíciles (guerra, posguerra, migración...) é unha xeración acostumada ao aforro. Dedicade unha tarde a visitar un lar da terceira idade ou un espazo onde se reúna a xente de maior idade e a falar con eles do tema. Estarán encantados e encantadas de vos explicar os seus trucos para consumir menos.**
- 28.** **Convocade un concurso de ideas no mesmo lugar. Como premio, podedes convidalo ao voso centro a merendar e ver unha obra de teatro, un concerto coral...**

## Actúa!

Imaxinade regalos... Sustentables, personalizados e irresistibles! Hai moitas formas de reducir o noso consumo ou tentar reducir o impacto medioambiental e social do mesmo. Aproveita as datas do Nadal ou calquera outro evento para pasar á acción...

### Ideas para regalar de forma diferente:

- Unha cea ou xantar sorpresa seguindo os criterios de calidade slow food.
- Unha entrada a un espectáculo especial: noite de ópera, teatro, museo.
- Unha tarxeta de vales para substituír alguén da familia nas tarefas domésticas durante unha semana (cociñar, ir comprar, pasar o ferro...)
- Unha tarxeta con fiestras para regalar tempo compartido.

O que é o Banco do Tempo?  
[es.wikipedia.org/wiki/Banco\\_de\\_tiempo](https://es.wikipedia.org/wiki/Banco_de_tiempo)

### Suprimimos embalaxes?

- Collede unha caixa e decorádea con anacos de papel de regalo reciclados ou con debuxos e cores.
- Colocade o regalo dentro, sen envolver.
- Escribide unha mensaxe na parte interior da tapa convidando ao destinatario a que a reutilice para facer outro regalo.

## Queredes regalar un xogo? E se o construídes con material reciclado?

- Hai cantidade de materiais de orixe doméstica, industrial, escolar ou natural que podedes utilizar.

## Uso compartido? 3x1. Máis aforro, máis espazo libre, menos impacto. Hai produtos que só necesitáis esporadicamente?

- Facede unha lista entre todos os produtos que vos podedes emprestar: roupa, libros, bicicleta, xogos...
- Ordenádeos alfabeticamente e poñede o nome e a forma de contacto da persoa que se ofrece para compartilo.
- Pendurádeo nun lugar visible e consultádeo antes de comprar ou pedir que volo regalen.
- Comparade as vosas "Cartas aos Reis" e eliminade os produtos que vos podedes trocar.

## Comercio xusto

- Visita unha tenda de Comercio xusto e pide información sobre os criterios de comercio xusto e os diferentes produtos que se ofrecen.

# Organizámonos e saímos á rúa?

## Montamos unha campaña: "Eliminemos residuos, aforremos papel e cartón"

- Elaborade un tríptico onde se expliquen os beneficios de reducir as embalaxes. Ilustrádeo con fotos que mostren cómo montar unha caixa con material reciclado.
- Contactade coa Asociación de Comerciantes de algunha rúa comercial e propoñédelles que colaboren na campaña.
- Argumentade as vantaxes que implicaría para eles renunciaren á embalaxe de regalos e facede un adhesivo cun logotipo para distinguir os comercios colaboradores.
- Disfrazádevos con algún elemento de reciclaxe que vos identifique e que chame a atención da xente.
- Preparade con tempo algunhas caixas de embalaxe como modelo e distribuídeas nalgúns comercios "cómplices".

## Freemos os regalos prescindibles

Facede desistir a eventuais compradores, estendede o virus da dúbida...

- Elaborade pancartas con preguntas do tipo: "Estás seguro que lle gustará?" "Non lle molestará?" "Poderase facer cargo do seu mantemento?" "No vai contra os seus principios?" "Deséxao realmente?" "Non o ten repetido?" "Non prexudica a súa saúde (física ou mental)?" "Non limita o desenvolvemento das súas habilidades ou capacidades?"
- Disfrazádevos con elementos ou anacos de xornais referidos á mudanza climática e paseade na época do Nadal, rebaixas, etc... por algunha zona comercial coas vosas pancartas.