

UN REGALO PARA KARIM

TALLER DE CONSUMO RESPONSABLE

Octubre de 2007



Un regalo para Karim

Taller de consumo responsable

Escoger un regalo para una persona desconocida nos plantea muchas preguntas: "¿Qué le gustará más? ¿Qué necesita realmente? ¿Le será útil?...". A través de una situación concreta, los niños y las niñas descubrirán los diferentes factores que influyen en nuestra manera de pensar y actuar frente a los bienes de consumo: criterios sociales, éticos, ecológicos, de calidad, económicos, relacionados con la innovación o la salud.

TEMA:	Consumo Responsable. Medio Ambiente.
DESTINATARIOS/as:	Ciclo Superior de Primaria Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato
DURACIÓN:	1 hora 30 minutos
AUTORÍA:	Fundació Catalana de l'Esplai Intermón Oxfam

Este material didáctico ha sido elaborado en el marco de la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible de la UNESCO 2005-2014 y se presenta en la propuesta de Intermón Oxfam Educar para una Ciudadanía Global.

Educación para una ciudadanía global.

Educar para un consumo responsable.

Presentación

Cuando de buena mañana escogemos la ropa para vestirnos, cuando abrimos un grifo, cuando encendemos el televisor o cuando enviamos un mensaje SMS, estamos consumiendo. El consumo es un acto tan cotidiano que muchas veces pasa desapercibido.

La escuela se enfrenta al reto de dar a conocer los derechos y deberes de los consumidores, pero también de educar para que los niños, las niñas y los jóvenes tomen conciencia de su propia condición de personas que consumen bienes y utilizan servicios, y de las consecuencias de sus actos.

En consecuencia, la educación para el consumo responsable (ECR) tiene la firme intención de ir más allá del hecho de aportar información sobre las ventajas o las desventajas de determinados productos. Ciertamente, la ECR fomenta hábitos para un consumo más racional de los productos, pero también hace hincapié en la importancia de concienciar sobre el hecho de que los actuales recursos materiales y energéticos que se utilizan en la producción son finitos y limitados, y que su consumo tiene repercusiones directas e indirectas sobre la salud de las personas, su calidad de vida y el medio ambiente.

La transmisión de información y la adquisición de pautas de conducta y hábitos más justos y sostenibles se enmarcan y cobran sentido en un enfoque global, en el que el consumo es una dimensión fundamental del ejercicio y la construcción de ciudadanía.

La educación para el consumo responsable pretende contribuir a transformar a las personas en ciudadanos y ciudadanas globales, más conscientes, participativos, críticos, responsables y solidarios, sujetos políticos de una sociedad socialmente justa y ambientalmente sostenible.

La Educación para el Consumo Responsables es ...

CRÍTICA

Para que los ciudadanos y las ciudadanas sean capaces de formarse opinión y actuar, desde el análisis y la reflexión.

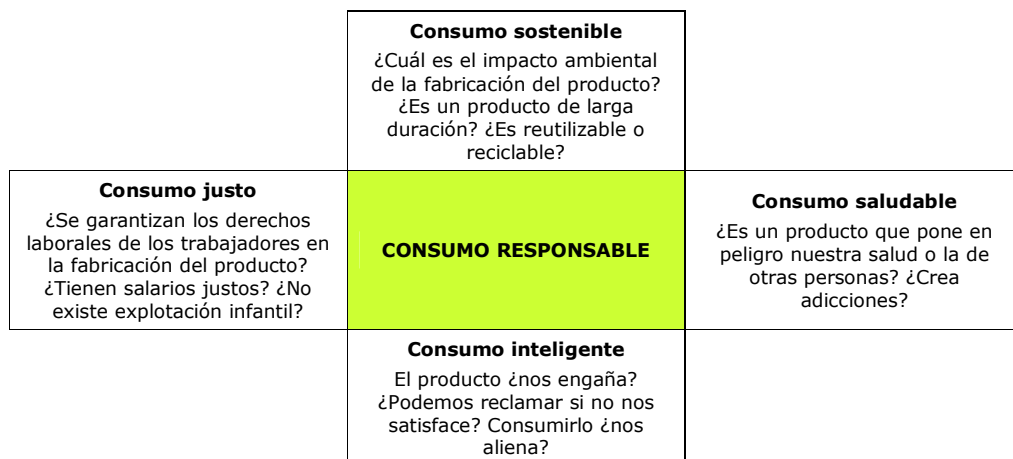
ACTIVA

Para orientar a los ciudadanos y las ciudadanas a tomar decisiones y a actuar de una manera consciente.

RESPONSABLE

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Para que la ciudadanía tome conciencia de las consecuencias de los actos de consumo.



Fuente: Puig, J. et Al. (2007) Educació per a la Ciutadania. La Galera

Objetivos generales de la Educación para el consumo responsable

- Conocer los recursos naturales que se emplean para la producción de los bienes de consumo, y los impactos ambientales y sociales asociados directa e indirectamente.
- Promover habilidades para comprar con autonomía, y favorecer la adquisición de criterios que no sean contrarios a la salud de las personas, al medio ambiente y a la equidad y la justicia, con el fin de satisfacer las necesidades.
- Ayudar a tomar conciencia de las necesidades reales de cada persona, de manera coherente con los estilos de vida, y más allá de la presión social y publicitaria.
- Adquirir conocimientos e instrumentos sobre los derechos y los deberes de las personas en cuanto consumidoras.
- Desarrollar la comprensión del papel que juegan los ciudadanos y las ciudadanas como consumidores dentro del sistema social y económico, con el fin de influir en éste.
- Adquirir una actitud crítica, de responsabilidad y solidaridad, que ayude a actuar, en lo que al consumo de bienes y el uso de servicios se refiere, para la construcción de un mundo más sostenible y equitativo.

ORIENTACIONES PARA LA INTERVENCIÓN DIDÁCTICA

La metodología de trabajo

Los consumidores precisamos de muchos elementos que nos faciliten la comprensión de una realidad de consumo que está demasiado cargada de contradicciones y de intenciones escondidas, y para poder desarrollar posiciones y propuestas de consumo alternativas.

Aplicamos una de las estrategias educativas de más éxito, como es la de presentar problemas y situaciones de consumo cercanas a los alumnos y las alumnas, y que son susceptibles de ser analizadas críticamente. Planteamos problemas que comporten un trabajo de investigación y de solución de problemas, de forma que, colectivamente, se propongan nuevas pautas de conducta con implicación individual y colectiva en torno al consumo.

La educación para el Consumo Responsable permite afrontar la resolución de problemas desde una perspectiva interdisciplinaria, que tenga en cuenta y ponga en cuestión los condicionantes económicos en el consumo, las necesidades, el contexto social y los estilos de vida de cada persona, los mensajes publicitarios, los aspectos ambientales y sociales de los ciclos de vida de los bienes de consumo, los derechos y deberes como consumidores/as, etc.

La resolución de situaciones problemáticas invita a los alumnos y las alumnas a dialogar para construir nuevos puntos de vista. Al basarse en el diálogo para construir el propio conocimiento, obliga a los participantes a contraponer sus opiniones, sentimientos y actuaciones, desde una perspectiva de respeto.

El taller se basa en ...

UNA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Para contextualizar la actividad y fomentar la participación activa.

UNA NEGOCIACIÓN Y DIÁLOGO

Para consolidar el respeto a la diferencia, y la autonomía en las propias decisiones.

El enfoque educativo

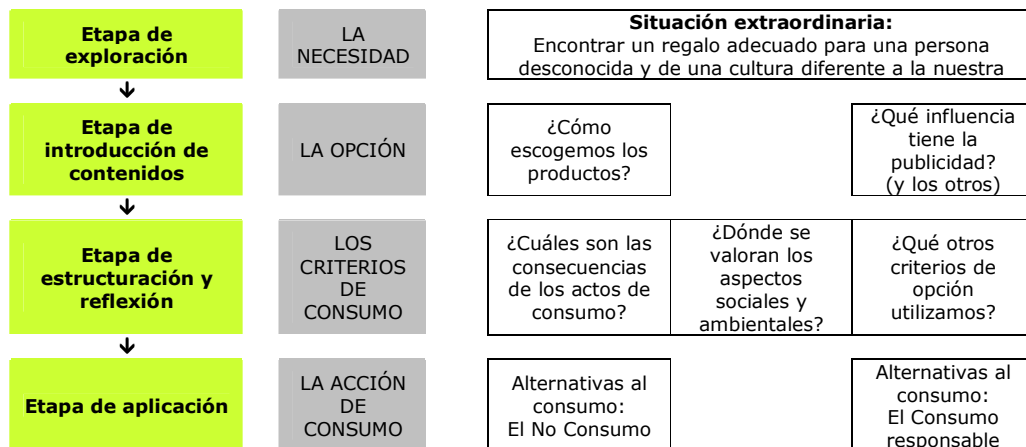
El taller se estructura en cuatro etapas. La primera de ellas consiste en una actividad de motivación y exploración, cuyo objetivo es que los alumnos y las alumnas expresen sus sentimientos y conocimientos sobre el tema, y conozcan los objetivos y finalidades de la actividad.

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

La segunda etapa, mediante una actividad de cariz lúdico, es la que permite a los alumnos y las alumnas entrar en contacto con el fenómeno del consumo de una manera divertida y dinámica, e introducir los contenidos relacionados con éste.

Seguidamente, la actividad se adentra en una etapa de reestructuración, que pretende estimular a los alumnos y las alumnas a reflexionar sobre los nuevos contenidos elaborados.

Finalmente, la última etapa consiste en una aplicación y concreción de las opciones de consumo, a través de propuestas que favorecen el consumo responsable en el contexto del alumnado.



Orientaciones para los ciclos educativos

Consumir refleja un estilo de vida. El ciclo superior de educación primaria y educación secundaria se convierten en espacios privilegiados para trabajar aspectos de consumo, ya que representan etapas en las que los niños y las niñas adoptan y construyen sus propios estilos de vida.

El taller que se propone permite un desarrollo lineal de la actividad, pero también permite profundizar en los objetivos de cada etapa del taller a través de varias propuestas didácticas opcionales.

Para secundaria, resulta especialmente interesante sumergirse en el ámbito de los mensajes publicitarios y en su influencia, así como en la administración del dinero propio de forma autónoma.

SECUENCIA Y TIEMPO

	ETAPA	ACTIVIDAD	DURACIÓN	EXTENSIONES
ACTIVIDAD 1	LA NECESIDAD	El país de Karim	20 min.	Un viaje por la India (Primaria) Vivir la interculturalidad (ESO)
ACTIVIDAD 2	LA OPCIÓN	El catálogo de regalos	25 min.	¿Publicista, yo? (ESO)
ACTIVIDAD 3	LOS CRITERIOS DE CONSUMO	Yo me quedo con...	25 min.	
ACTIVIDAD 4	LA ACCIÓN DE CONSUMO	El mejor regalo	20 min.	

DOCUMENTACIÓN Y RECURSOS

Lecturas básicas

Guía para un consumo responsable. El papel de los y las consumidoras en la Responsabilidad Social de la Empresa. Observatorio Social Corporativa Hispacoop. Madrid, 2006.

Guía para el consumo responsable (de ropa). Barcelona: Icaria, 2002. 87p.
Guía de la campaña "Ropa Limpia" para promover el consumo responsable.

Comercio justo, consumo responsable. Martínez-Orozco, S. Barcelona: Intermón, 2000. 112p.
Publicación básica para comprender el origen, desarrollo y estado actual de la problemática del comercio justo.

Opcions: informació per al consum. Barcelona: Centro de Investigación e Información en Consumo, 2002.
Revista monográfica muy interesante para analizar críticamente diversos productos. Artículos disponibles en su Web.

Lecturas para profundizar

Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles. B. Schor, Juliet. Ed. Paidós, 2006.

Come y calla... o no. CRIC (Centro de Investigación e Información en Consumo). Icaria 2002.

Globalització, empreses i consum crític. Medi Ambient, Tecnologia i Cultura. 2000, núm. 28. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
Escritos que tratan las responsabilidades sociales, el consumo crítico y los límites de la sociedad de consumo.

Educación y consumo: la formación del consumidor en la escuela. Pujol, R. M. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona, 1996.
Plantea la perspectiva de la educación para el consumo.

La moda al desnudo: doce preguntas sobre las condiciones laborales en la confección textil. Barcelona: Icaria, 2000.
Descubre las relaciones Norte-Sur y las condiciones laborales de los trabajadores de la producción textil.

Materiales didácticos

Guía educativa para el consumo crítico: materiales para una acción educativa sur-norte: efectos sociales y ambientales del consumo. Rigola, M. et al. Barcelona: Sodepau, 1998.
ESO y Bachillerato

Global Express, propuesta educativa de Intermón Oxfam: ¿Consumista yo? Propuesta didáctica sobre consumismo y consumo responsable para Educación Secundaria

¡Viaje con nosotros... si quiere gozar! Propuesta didáctica sobre turismo responsable para para Educación Secundaria

Cederrón didáctico. www.cederron.org. Propuestas didácticas

Webs, vídeos y juegos

Eliminado: Escola del Consum
http://www.consum.cat/qui_som/escola_de_consum/tallers/index.html

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Red andaluza de Consumo Responsable

www.consumoresponsable.com

Coordinadora Estatal de Comercio Justo

www.e-comerciojusto.org

Oficina Municipal de Barcelona de Información al Consumidor

www.omic.bcn.es

Red de Consumo Solidario

www.pangea.org/xarxaconsum

Intermón-Oxfam

www.intermonoxfam.org

ACTIVIDADES

1. El país de Karim

Etapa 1:	EXPLORACIÓN: LA NECESIDAD
Tipología:	Actividad de presentación, motivación y explicitación de opiniones
Duración:	20 minutos
Material:	Mapa político del mundo de Peters (A3 color). Enigmas del país de origen (A3 color).

OBJETIVOS

- Respetar críticamente las ideas de los demás y cooperar en la realización de trabajos en grupo.
- Reflexionar sobre las necesidades básicas y los deseos de una persona de su misma edad, teniendo en cuenta nuevas orientaciones culturales.
- Conocer los rasgos básicos más característicos de la India de forma lúdica.

DESARROLLO

1. Una situación extraordinaria

La actividad se inicia con la presentación por parte del educador/a de una situación extraordinaria. Desde el principio de la actividad, los alumnos y las alumnas son conscientes de que se trata de una simulación, y no de un hecho real. Por ello, es muy importante hacer visibles los objetivos de la actividad colectiva de consumo que iniciamos y presentarla como un juego de rol.

El educador o la educadora presentan...

Una amiga mía ha acogido en su casa a un niño de otro país. El niño acaba de llegar, y se siente muy desorientado y añorado. Es un niño de vuestra edad, y mañana es su cumpleaños.

A mi amiga le preocupa mucho que el niño se sienta bien acogido y ha pensado hacerle un regalo de cumpleaños y de bienvenida, pero no sabe qué regalo puede ser el más adecuado. No conoce demasiado los gustos de los niños y las niñas de vuestra edad, así que ha hecho una lista de productos

TALLER CONSUMO RESPONSABLE***para que la ayudéis a escoger.******¿Cuál será el mejor regalo?***

El educador o la educadora proponen el reto de escoger entre todos y todas cuál puede ser el mejor regalo para el niño. Sin embargo, escoger un regalo no es tan sencillo como parece. Para hacerlo, primero necesitaremos descubrir cuál y cómo es el país de origen de este niño y, por supuesto, sus posibles gustos y necesidades. A través de una breve dinámica de pistas y enigmas, deberemos hacer "visible" su "país invisible" de procedencia.

2. Hagan sus apuestas... (actividad opcional)

Los participantes se distribuyen en diversos grupos de 4-5 personas. Estos serán los grupos de trabajo para desarrollar las actividades de todo el conjunto del taller.

A través de una serie de pistas y enigmas que nos ofrecen información, los participantes deben descubrir el país de donde procede el nuevo compañero. Hablan sobre lo que saben y sobre lo que han descubierto de este país, y discuten acerca de los sentimientos de una persona que acabe de llegar de allí.

Para empezar a averiguar cuál es el país de origen del niño, se reparte a cada grupo la siguiente ficha comparativa. A través de la información que nos aporta, se acuerda si se trata de un país grande o pequeño, pobre,... Cada grupo nombra dos posibles países y, conjuntamente, se elabora una lista con un ranking de los 10 países más votados.

TABLA ACTIVIDAD 1: Los 10 países invisibles		
Grupo de participantes	País invisible	País invisible
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2

3. ¿Cuál es el país invisible?

Seguidamente, se reparte un mapa político de Peters a cada grupo de participantes (DIN A3 a color).

El educador o la educadora irán extrayendo, una por una, las pistas contenidas en el sobre **¿Cuál es el país invisible?**. Las pistas están formadas por una fotografía del país (en una cara) y una característica del país invisible (en la otra cara). Los grupos irán descartando los países de la lista de los 10 países escogidos, hasta que consideren que han averiguado de qué país se trata.

<p>Extensión para Ciclo Superior de Primaria UN VIAJE POR LA INDIA Recomendamos profundizar en las características del país de origen del personaje de la actividad.</p>
<p>Búsqueda, en grupos de trabajo, de la realidad de la India.</p>

<p>Extensión para Educación Secundaria y Bachillerato VIVIR LA INTERCULTURALIDAD Recomendamos profundizar en las reflexiones sobre la interculturalidad a través de un debate...</p>
<p>Posible guión del debate para el/la educador/a</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo sería nuestra vida sin los intercambios culturales, tecnológicos, sociales y económicos? • ¿Creéis que estos intercambios, que se provocan a través del contacto, son positivos para el desarrollo de las comunidades? • ¿Creéis que los conflictos culturales y sociales son un obstáculo, o un punto de partida para el desarrollo de las comunidades? • ¿Creéis que el racismo es consecuencia del fenómeno migratorio, o bien que es un síntoma de otras problemáticas sociales?
<p><i>Más información sobre la actividad:</i></p>

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Sanduk. Guia per a la formació de monitors i monitores en la interculturalitat i immigració.

<http://www.entrecultures.org/>

ACTIVIDADES

2. El catálogo de regalos

Etapa 2: INTRODUCCIÓN DE CONTENIDOS: LA OPCIÓN**Tipología:** Actividad de introducción de nuevos puntos de vista**Duración:** 30 minutos**Material:** Catálogo de productos. Carteles de anuncios.

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los diferentes factores que influyen en un acto de consumo.
- Ser consciente de las características estéticas, de la importancia, el protagonismo y la eficacia de los mensajes en los medios de comunicación.
- Adoptar una posición crítica frente a las manipulaciones y discriminaciones fomentadas por los mensajes publicitarios.

DESARROLLO

1. ¿Qué podemos comprar?

En esta etapa del taller, cada grupo de participantes deberá escoger una tipología de producto de entre las cuatro presentes en la lista. Para hacerlo, los participantes deberán tener presente el origen del niño, y sus posibles necesidades y gustos (ropa para vestir a la moda de aquí, una cosa más práctica como calzado, un móvil para que se pueda comunicar e integrar más fácilmente, un producto más lúdico...). Los productos a escoger son productos atractivos y de uso cotidiano para esta edad, como por ejemplo un móvil, unos tejanos, unas zapatillas deportivas,...

Se parte de concretar en grupo de cuánto dinero se dispone aproximadamente para hacer el regalo. Recomendamos que se plantee un debate en torno a la cuantía de dinero y la tipología de regalo que sea más abierto en secundaria, y más concreto en primaria.

El educador o la educadora distribuyen un pequeño catálogo de productos a cada grupo. Hay doce productos diferentes, agrupados en cuatro tipologías de bienes de consumo.

	Tipología de producto			
	Tipología 1 CALZADO	Tipología 2 ROPA	Tipología 3 NUEVAS TECNOLOGÍAS	Tipología 4 PRODUCTOS DE OCIO
Producto A	Zapatillas deportivas sintéticas	Camiseta deportiva de tejido sintético	Móvil con menos residuos tóxicos	Pelota de fútbol de comercio justo
Producto B	Zapatillas deportivas de piel	Pantalones tejidos	Móvil recargable con el sol	Pelota del Barça firmada
Producto C	Sandalias menorquinas	Chaqueta de piel de segunda mano	Móvil moderno	Lote de juegos tradicionales

2. El catálogo de productos

Los grupos analizan las diversas informaciones que ofrece el catálogo de productos. Para cada producto, hay carteles publicitarios y una ficha que detalla el precio, así como sus características más básicas (información de la etiqueta, origen, materiales utilizados...).

Con los alumnos y las alumnas de Secundaria, recomendamos hacer una extensión de la actividad, enfocada hacia el tratamiento publicitario y a sus mensajes, para ello en el catálogo se incluyen ejemplos de carteles publicitarios. Además

Extensión para la Educación Secundaria (Duración: 1 hora)	
¿PUBLICISTA, YO?	
Recomendamos profundizar en el ámbito publicitario y en los mensajes de los anuncios, a través de un análisis objetivo y subjetivo de los carteles publicitarios, y de un diálogo entre los grupos.	
PAUTAS DE EXPLORACIÓN OBJETIVA	PAUTAS DE EXPLORACIÓN SUBJETIVA
Describimos lo que observamos sin hacer ninguna suposición o valoración	Describimos lo que nos comunica la imagen
¿Cómo es el ambiente? (Colores y formas) ¿Cómo es la imagen? (Encuadre, sombras, símbolos,...) ¿Cómo son los personajes? (Aspecto, gestos,...) ¿Cómo es el texto? (Ubicación, tipo de letra,...)	¿Cómo es el ambiente? (¿Lo conocemos? ¿Es real?,...) ¿Cómo es la imagen? (¿Qué sensaciones provoca?,...) ¿Cómo son los personajes? (¿A quién representa? ¿Por qué se ha escogido?,...) ¿Cómo es el texto? (¿A quién va dirigido? ¿Hay suficiente información?,...)

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Más información sobre la actividad:

Las trampas del comercio internacional. Guía didáctica. Intermón-Oxfam 2003.

Una actividad muy interesante que resulta de este trabajo es pedir a los alumnos y las alumnas que recorten anuncios diversos y escondan las marcas anunciadas para jugar a adivinarlas sólo mediante sus imágenes y mensajes escritos.

RECURSOS PARA EL DEBATE

Además de la información contenida en el catálogo la información ofrecida en las siguientes tablas ofrecen información y recursos para el educador o la educadora, y pautas para el debate posterior.

PRODUCTO: Pantalones tejanos		
Materias primas	Origen:	Vegetal
	Tipo:	Algodón
	Tipo de procesado:	Lavado y tintado
	Países productores de algodón:	Benín y otros países de África oriental
Impacto Ambiental:	Elevado	
	Contaminación del suelo y efectos sobre la salud de los jornaleros	La mayoría del algodón convencional proviene de monocultivos de algodón, en los que se utilizan muchos pesticidas (insecticidas, herbicidas, fungicidas,...)
	Contaminación de los ríos	Los tejanos son teñidos con productos contaminantes. Los tintes químicos afectan al medio ambiente (ríos, atmósfera) y a las personas (trabajadores/as y consumidores/as).
Impacto Social:	Medio-Elevado	Mayoritariamente, los sueldos son bajos y las condiciones de trabajo muy duras. Con frecuencia, también trabajan niños.
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • El coste de fabricación de unos tejanos es de 7,96 €, el coste del transporte desde Túnez a Barcelona es de 0,16 € y el salario de un día de las costureras que lo confeccionan es de 0,93 €. Unos tejanos en Barcelona pueden costar 50 €. • El algodón es la fibra textil más utilizada del mundo; representa el 45% de la producción mundial de todas las fibras. • El nombre "jeans" está relacionado con su origen: Génès (Génova, en francés), porque los tejanos proceden de Génova, donde en su puerto, los trabajadores los llevaban por su resistencia al desgaste. • En 1850, Levi Strauss introdujo los tejanos en San Francisco (California) como ropa de trabajo de los mineros de oro. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> Fibras textiles de origen vegetal. <input checked="" type="checkbox"/> El algodón absorbe la humedad, por lo tanto, deja transpirar la piel y es un tejido fresco. <input checked="" type="checkbox"/> Flexibles y muy resistentes al lavado.		<input checked="" type="checkbox"/> El proceso de lavado y tintado de los tejanos es uno de los más sucios. La mayor parte del lavado se lleva a cabo en las fábricas de países con leyes ambientales más permisivas, con la correspondiente contaminación de los ríos. <input checked="" type="checkbox"/> El algodón procede sobre todo de los campos

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

	de África oriental, donde las condiciones de trabajo son muy duras y se paga muy poco a los jornaleros.
Más información	
Intermón-Oxfam (2003). La Volta al món d'uns texans. Canviem les regles. Guia didáctica. Setem (2005). Guia para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia". Ecoterra (1998). "Fibres tèxtils". Documento en pdf http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf	

PRODUCTO: Camiseta deportiva		
Materias Primas	Origen:	Sintético
	Tipo:	Poliéster
	Tipo de procesado	Tintado
	Países productores de fibras sintéticas:	China y otros países del sudeste asiático.
Impacto Ambiental:	Medio-Elevado	
	Contaminación del suelo y de la atmósfera	El poliéster está hecho de derivados del petróleo y, cuando se convierte en un residuo, no se biodegrada y acaba en un vertedero (contaminando el suelo) o en una incineradora (emisiones a la atmósfera).
	Contaminación de los ríos	El proceso de fabricación (síntesis de fibras, uso de tintes químicos, etc.) tiene un impacto ambiental negativo sobre el medio acuático y las especies que viven en él.
Impacto Social:	Elevado	Pérdida de puestos de trabajo en nuestro país por el cierre y la deslocalización de empresas a otros países en los que los derechos laborales no están tan definidos.
		Se remunera a los trabajadores con salarios muy bajos, y su jornada laboral es de 12 a 14 horas.
		Las condiciones sanitarias, así como las medidas de seguridad, acostumbra a ser muy pobres o inexistentes.
Curiosidades:	• El poliéster es la más utilizada de todas las fibras sintéticas.	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> El poliéster es un tejido muy resistente al lavado y muy duradero. <input checked="" type="checkbox"/> El poliéster retiene poco el agua, por lo cual se seca muy rápidamente. <input checked="" type="checkbox"/> El poliéster no requiere planchado.		<input checked="" type="checkbox"/> Es una fibra sintética elaborada a partir de petróleo, un recurso no renovable que contribuye al cambio climático y que, una vez deteriorado, no será biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> El poliéster favorece la fermentación del sudor (hace sudar) debido a su escasa absorción. Por lo tanto, no facilita la transpiración de la piel. <input checked="" type="checkbox"/> Los tejidos sintéticos son los tejidos más relacionados con las alergias de las personas (porque están tratados con sustancias tóxicas, como el formaldehído, que se utiliza para conseguir que la ropa no se arrugue). <input checked="" type="checkbox"/> Todas las fibras sintéticas generan electricidad estática. <input checked="" type="checkbox"/> La mayoría de la ropa deportiva se fabrica en países en los que se explota a los trabajadores. <input checked="" type="checkbox"/> Pese a que Cataluña ha tenido una importante industria textil, muchas empresas han subcontratado su producción a otros países para abaratar costes. La deslocalización es una causa importante de la pérdida de puestos de trabajo en Cataluña.

TALLER CONSUMO RESPONSABLE**Más información**

Setem (2005). Guía para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia".
Ecoterra (1998). "Fibres tèxtils". Documento en pdf <http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf>

PRODUCTO: Chaqueta de piel de segunda mano		
Materias primas	Origen:	Animal
	Tipo:	Piel de cordero
	Tipo de procesado:	Curtido y tintado
	Países productores de cuero:	El cuero se acostumbra a curtir en países pobres asiáticos, africanos o sudamericanos. En Cataluña se fabrica.
Impacto Ambiental:	Medio	
	Contaminación de los ríos	Para detener el proceso de biodegradación de la piel, el cuero se curte con cromo. Esto provoca vertidos de agua tóxica que causan un grave impacto sobre el medio ambiente.
Impacto Social:	Bajo	
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Antiguamente, el cuero se curtía machacando estiércol sobre las pieles o remojándolas en una solución a base de sesos de animales. Las heces de los perros eran las preferidas para este fin, por lo que en las ciudades iera frecuente ver a niños que las recogían para este fin! Asimismo, se colocaban orinales en las esquinas para recoger la orina humana, que luego se utilizaba para curtir el cuero. El cuero sobrante se dejaba pudrir durante meses; después se ponía al fuego hasta que el agua se evaporaba y iasí se conseguía pegamento! 	
Ventajas		Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> El cuero es un tejido suave y flexible, muy resistente al agua (no se mancha, ni pierde el color o deforma cuando se moja). <input checked="" type="checkbox"/> La producción local es mucho mejor que importar productos del extranjero, porque minimiza la contaminación atmosférica, el uso de combustibles fósiles y favorece la economía local. <input checked="" type="checkbox"/> La reutilización de la ropa a través del comercio de segunda mano permite alargar la vida de un producto. 		<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> El cuero curtido con cromo es muy contaminante. <input checked="" type="checkbox"/> Matar un animal para vestiros no es ético. Las fibras animales se obtienen mediante procedimientos que causan sufrimiento a los animales.
Más información		
Setem (2005). Guía para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia". Ecoterra (1998). "Fibres tèxtils". Documento en pdf http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf		

PRODUCTO: Zapatillas deportivas sintéticas		
Materias primas	Origen:	Sintético
	Tipo:	Nylon, caucho
	Tipo de procesado	Tintado, engomado y encolado
	Países productores de calzado sintético:	China, Indonesia, Vietnam, Tailandia.
Impacto Ambiental:	Medio	
	Efectos sobre la salud de los jornaleros	Los trabajadores inhalan el humo que desprende la goma cuando se deshace para elaborar las suelas.
Impacto Social:	Medio-Elevado	<p>Precariedad laboral.</p> <p>Muchos trabajadores tienen cicatrices de quemaduras producidas por la cola caliente, como consecuencia de la falta de protección debida a un deficiente sistema de seguridad.</p>
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • El término "bambas" (que es como se conocen las zapatillas deportivas en algunas comunidades del Estado español, y que deriva de la marca registrada Wamba), incluye el calzado que utilizamos para practicar deporte, y el que usamos para vestir informalmente, también llamado "casual" (que en inglés significa <i>informal</i>). • Entre 1987 y 1993, la empresa de marca de estas zapatillas deportivas aumentó la inversión en publicidad en un 830 %. Y la estrategia funcionó: entre 1989 y 1993, los beneficios de esta empresa crecieron un 900 %, pese a que fueron cuatro años de regresión económica. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> El nylon es la fibra más fuerte y resistente a la abrasión que existe. <input checked="" type="checkbox"/> Pese a no ser un material que favorezca la transpiración (porque está hecho de fibras sintéticas), permite que el pie respire gracias a unos microporos.		<input checked="" type="checkbox"/> El nylon y el caucho proceden del petróleo, material no renovable ni biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Como todos los objetos elaborados con materiales sintéticos, acumulan electricidad estática, especialmente al tratarse de calzado con suela de goma. <input checked="" type="checkbox"/> Deslocalización de empresas. <input checked="" type="checkbox"/> Reducción de mano de obra para invertir en publicidad.
Más información		
<p>Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.8 "Les vambes" Oxfam International (2006). ¡Fuera de Juego! Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia.</p>		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

PRODUCTO: Zapatillas deportivas de piel		
Materias Primas	Origen:	Animal (piel), sintético (suela)
	Tipo:	Piel de canguro, caucho
	Tipo de procesado	Curtido, tintado, engomado y encolado
	Países productores de algodón:	China, Vietnam y otros países del sudeste asiático.
Impacto Ambiental:	Medio	
	Contaminación de los ríos y efectos sobre la salud de los jornaleros	El proceso de curtido con cromo tiene un gran impacto ambiental. El proceso de fabricación de la piel comporta riesgos para la salud de los trabajadores, especialmente en países en los que las regulaciones sanitarias y de seguridad son escasas.
Impacto Social:	Medio-Elevado	Hace 20 años, la producción de calzado deportivo en el Estado español era muy elevada, especialmente en Alicante. Sin embargo, 10 años más tarde, como resultado de la deslocalización de empresas, prácticamente no quedaba nada. En la mayoría de las fábricas asiáticas, se obliga a los trabajadores a trabajar un elevado número de horas extras, que no son renumeradas económicamente.
	Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Unas buenas zapatillas deportivas deben respetar las características propias del pie (sensibilidad, estabilidad, flexibilidad y capacidad de respirar), lo deben proteger y lo deben ayudar en el impacto con el suelo (el peso del pie se multiplica por siete) y en el impulso para dar un nuevo paso. • Los pies, con una gran cantidad de huesos, músculos, tendones, ligamentos, vasos sanguíneos y nervios, forman el sistema mecánico más complejo de nuestro cuerpo. Con una superficie relativamente pequeña, aguantan todo nuestro peso y nos permiten movernos sobre cualquier tipo de superficies. El calzado protege el pie y lo ayuda a hacer su trabajo. No obstante, los griegos hacían deporte descalzos, y en la actualidad, de vez en cuando vemos a algún atleta profesional que corre sin deportivas.
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> El cuero es el material más apreciado por su flexibilidad, su resistencia a la fricción, su durabilidad y porque permite una buena transpiración. <input checked="" type="checkbox"/> Modelo de calzado deportivo muy ergonómico.		<input checked="" type="checkbox"/> El elevado volumen de exportación de piel de canguro desde Australia, puede comportar la extinción de este animal. A pesar de que la ley australiana ha establecido medidas para controlar el ritmo de caza de los canguros, la caza furtiva nocturna es práctica habitual. <input checked="" type="checkbox"/> Para detener el proceso de biodegradación de la piel, el cuero se curte con cromo, una sustancia tóxica que contamina los ríos. <input checked="" type="checkbox"/> Se exigen cuotas de producción diaria muy elevadas, en detrimento de las condiciones laborales.
Más información		
Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.8 "Les vambes" Oxfam International (2006). ¡Fuera de Juego! Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia.		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

PRODUCTO: Sandalias menorquinas		
Materias Primas	Origen:	Vegetal (tela), sintético reciclado (suela)
	Tipo:	Esparto, caucho de neumático reciclado
	Tipo de procesado:	Tintado, engomado y encolado
	Países productores:	Menorca
Impacto Ambiental:	Bajo	
Impacto Social:	Bajo	
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Era el calzado tradicional de la población rural de Menorca. • La producción en serie de calzado y, por tanto, la numeración de los zapatos, se inició en el siglo XVIII. Sin embargo, no fue hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando se adoptó el Sistema Métrico Decimal. El número da la longitud del pie en "puntos de París", una medida que equivale a dos tercios de centímetro. Así, calzar un 39 significa que el pie mide 26 centímetros de largo. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> El caucho utilizado para hacer las suelas de este modelo es reutilizado a partir de neumáticos de coches. <input checked="" type="checkbox"/> Calzado muy fresco. <input checked="" type="checkbox"/> El esparto es una fibra natural (se extrae de la hoja de una planta) y, por lo tanto, es biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Producto artesano que mantiene una tradición y promueve la economía local.		<input checked="" type="checkbox"/> Al ser un producto de calidad, de artesanía local, elaborado mediante un proceso no industrializado, y un modelo casi único, es un producto caro.
Más información		
Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opcions n.8 "Les vambes" Oxfam Internacional (2006). ¡Fuera de Juego! Derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia. Portal de las Islas Baleares. http://www.visitbalears.com/accesible/		

ETIQUETAJE

PRODUCTO: ROPA Y CALZADO

Símbolos de las etiquetas

Símbolo	LAVADO	Símbolo	SECADO
	La prenda solo admite el lavado a mano		Se puede secar con secadora a temperatura normal.
	La prenda no admite el lavado con agua		Se puede secar con secadora a temperatura reducida.
	La temperatura máxima de lavado es de 30° C. (El número del interior del símbolo indica la temperatura máxima de lavado).		No se puede secar con secadora.
	Solo admite el lavado para prendas delgadas. (Agitación mínima, centrifugado f. ojo y corto)		Secar colgado de una cuerda.
	La prenda admite el lavado en seco.		Secar la prenda extendida en posición horizontal.
	La prenda no admite el lavado en seco.		Secar la prenda extendida en posición vertical.
Símbolo	PLANCHADO	Símbolo	OTROS
	No admite planchado.		No usar lejía.
	Planchar a temperatura alta, máximo 200° C.		Admite lejía en el lavado.
	Planchar a temperatura media, máximo 150° C.		No admite ningún blanqueante.
	Planchar a temperatura baja, máximo 110° C.		

Más información

<http://www.grupomaxiclean.com/>

PRODUCTO: Móvil con menos residuos electrónicos tóxicos		
Materias Primas	Materiales:	Plásticos, Retardantes de Llama Bromados (BFR)
	Batería:	Batería de litio
	Ciclo de vida:	1 año y medio
	Países de fabricación:	China
Impacto Ambiental:	Bajo	
	Contaminación del suelo y efectos sobre la salud	Contiene algunos residuos tóxicos: retardantes de llama bromados (BFR).
Impacto Social:	Medio	Pese a que se externaliza la producción a los países empobrecidos porque los sueldos son inferiores, y se destina una gran parte de los beneficios a publicidad, la empresa participa en proyectos sociales.
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • En el ranking verde de artículos electrónicos elaborado por Greenpeace, la empresa que fabrica este móvil obtiene la mejor puntuación. El ranking es una clasificación de las empresas líderes en ordenadores y móviles que están trabajando para garantizar que las sustancias químicas desaparecen de sus productos, y las que tienen un buen programa de reciclaje de los residuos que generan sus productos al final de su vida útil. La importancia de este ranking radica en el grave problema ambiental y de salud que está provocando la creciente generación de residuos electrónicos que acaban, por lo general, en vertederos o quemados a cielo abierto en países empobrecidos. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> A diferencia de la mayoría de móviles, no contiene PVC (sustancia muy tóxica) y contiene menos BFR.		<input checked="" type="checkbox"/> El móvil tiene un ciclo de vida de tan solo 1 año y medio.
<input checked="" type="checkbox"/> La empresa se hace responsable de sus productos, cuando el consumidor se desprende de ellos, mediante un programa de reciclaje de móviles al final de su vida útil.		<input checked="" type="checkbox"/> Gran empresa multinacional de móviles, que destina lo que se ahorra en mano de obra a beneficios y a invertir en publicidad y marketing.
<input checked="" type="checkbox"/> La empresa participa en proyectos de Responsabilidad Social Corporativa, revirtiendo parte de los beneficios en la comunidad, poniendo en marcha guarderías, construyendo zonas verdes y promoviendo centros sanitarios.		<input checked="" type="checkbox"/> Contiene BFR, tóxicos para las personas porque pueden afectar el sistema nervioso. Cuando son eliminados (quemados o incinerados) emiten dioxinas.
<input checked="" type="checkbox"/> Permite el ahorro energético mediante una señal de aviso de batería recargada. Por lo tanto, evita el consumo energético innecesario (standby) resultante de dejar el móvil conectado al enchufe una vez ya se ha recargado totalmente la batería.		
Más información		
Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opcions n.6 "Els ordinadors" Greenpeace. Ranking verde de electrónicos. (http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/)		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

PRODUCTO: Móvil recargable con el sol		
Características	Materiales:	Plásticos, PVC
	Batería:	Pila con panel solar desplegable.
	Ciclo de vida:	4 años
	Países de fabricación:	Japón
Impacto Ambiental:	Elevado	
	Contaminación del suelo, la atmósfera y efectos sobre la salud.	<p>Contiene residuos extremadamente tóxicos: PVC.</p> <p>Los móviles, una vez usados, son transportados a países empobrecidos, lo cual genera contaminación y problemas de salud.</p>
Impacto Social:	Medio-Bajo	La externalización de los residuos electrónicos a países empobrecidos da trabajo a muchas personas, pero en condiciones precarias. Entre estos trabajadores, muchos son niños.
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), no existen pruebas concluyentes que indiquen que los cambios biológicos provocados por los campos electromagnéticos (CEM) sean nocivos. No obstante, algunos estudios muestran una correlación entre la exposición a los CEM y enfermedades como la leucemia y el Alzheimer, que son difícilmente atribuibles a otras causas. Ahora bien, el efecto de los CEM sobre el cuerpo está relacionado con su frecuencia. La red eléctrica y pequeños aparatos electrónicos generan CEM de frecuencia muy baja; los generados por las pantallas de los ordenadores y aparatos de alarma antirrobo son de frecuencia media; y los generados por los teléfonos móviles, televisores, radios, microondas, antenas de radar y líneas de alta tensión son de frecuencia alta. Cuanto más alta es la frecuencia de los CEM, más grande es la alteración que producen. 	
Ventajas		Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Ahorra energía y dinero porque se recarga con luz solar. Además, el hecho de tener autonomía y no depender de conectar la batería a la red eléctrica lo hace muy cómodo. <input checked="" type="checkbox"/> Mientras está en funcionamiento, el móvil emite un campo electromagnético menor que la mayoría de móviles que existen en el mercado. <input checked="" type="checkbox"/> El móvil tiene un ciclo de vida de 4 años. 		<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Contiene PVC (una sustancia muy tóxica, que es uno de los plásticos más utilizados) cuya producción y eliminación contamina porque emite dioxinas y furanos (compuestos químicos muy peligrosos, incluso en bajísimas concentraciones) <input checked="" type="checkbox"/> La empresa lleva los móviles utilizados a países empobrecidos para que sean gestionados como residuos. Allí acaban en vertederos o quemados a cielo abierto (generando contaminación y problemas de salud), en lugares en los que trabajan niños.
Más información		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.6 "Els ordinadors"
 Greenpeace. Ranking verde de electrónicos.
 (<http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/>)
 Electrónicos: alta tecnología tóxica. Greenpeace.
<http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/t-xicos/electronicos-alta-tecnolog-a>
 Pila solar NTT, febrero 2004. Advanced Technology Corp.
http://www.ntt.co.jp/news/news04e/0402/040213_1.html



PRODUCTO: Móvil moderno			
Características	Materiales:	Plásticos, Retardantes de Llama Bromados (BFR).	
	Batería:	Batería recargable en movimiento.	
	Ciclo de vida:	3 años	
	Países de fabricación:	Europa	
Impacto Ambiental:	Medio		
	Contaminación del suelo, la atmósfera y efectos sobre la salud.	Contiene residuos tóxicos: BFR. Los móviles, una vez deshechados, son transportados a países empobrecidos, lo que genera contaminación y problemas de salud.	
Impacto Social:	Medio-Bajo		La externalización de los residuos electrónicos a países empobrecidos da trabajo a muchas personas, pero en condiciones precarias, en las que muchos trabajadores son niños.
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Un estudio entre los trabajadores que desguazan ordenadores en Suecia ha encontrado que éstos tenían una concentración de bromo en la sangre 65 veces superior a la normal. Buena parte de los residuos electrónicos (más de la mitad en el caso de los EEUU) se envían a países del Sur, donde acaban en los campos y en las costas, ensuciando las aguas y los suelos, dañando cultivos, ganado y el agua potable, llenando de sustancias tóxicas la sangre de los que trabajan en los desguaces para recuperar los metales preciosos, sin la tecnología adecuada. Frente al vertedero o la incineración, la recuperación de residuos electrónicos es una alternativa más ecológica. Por ejemplo, los móviles se pueden desmontar, se pueden aislar los componentes potencialmente peligrosos y entregarlos a gestores autorizados para su tratamiento. En la fase de trituración, los materiales se clasifican por tipos, se revalorizan y se tratan para ser recuperados y, finalmente, para ser vendidos a las industrias que los pueden aprovechar. 		
Ventajas		Desventajas	
<input checked="" type="checkbox"/> Ahorra energía y dinero porque se recarga con el propio movimiento pendular cuando caminamos con el móvil colgado al cuello. El hecho de que no necesite la red eléctrica para recargar la batería lo hace mucho más cómodo. <input checked="" type="checkbox"/> Es un modelo recién salido al mercado, con un diseño espectacular.		<input checked="" type="checkbox"/> Contiene BFR, que son tóxicos para las personas porque pueden afectar el sistema nervioso. Cuando son eliminados (quemados o incinerados), emiten dioxinas. <input checked="" type="checkbox"/> La empresa lleva los móviles utilizados a países empobrecidos para que sean gestionados como residuos. Allí acaban en vertederos o quemados a cielo abierto (generando contaminación y problemas de salud), en lugares en los que trabajan niños.	

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

	<input checked="" type="checkbox"/> Al ser un producto muy exclusivo y nuevo, es uno de los modelos más caros del mercado.
Más información	
<p>Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opcions n.6 "Els ordinadors" Greenpeace. Ranking verde de electrónicos. (http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/) Portal Información Independiente sobre Bienes de Consumo con Criterio Ecologista. www.verdeandoconsumo.blogspot.com</p>	

PRODUCTO: Pelota de fútbol de comercio justo		
Materias Primas	Origen:	Básicamente sintético
	Tipo:	Cuero sintético de poliuretano, poliéster o algodón, látex o butyl
	Tipo de procesado:	Tintado y cosido.
	Países productores:	Pakistán
Impacto Ambiental:	Medio	
	Contaminación atmosférica y de suelos	Pese a que los materiales plásticos sintéticos (poliuretano, poliéster, etc.) contaminan la atmósfera, esta fábrica tiene filtros para retener las emisiones nocivas. Los materiales plásticos no son biodegradables, contaminan el aire (cuando son incinerados) y el suelo (cuando son vertidos).
Impacto Social:	Nulo	
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • El nombre de la fábrica (Talon) significa "garra de águila", y es una fábrica situada en el distrito de Sialkot, provincia del Punjab, la más fructífera de todo Pakistán. Empezó su marcha hace 20 años, da trabajo a cerca de 1.500 costureros/as y produce una media de 1,2 millones de balones al año. Además, fabrica guantes de portero y ropa deportiva. Su principal objetivo es la contratación de adultos para facilitar el acceso a la escuela de los menores. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> Hecha de materiales muy resistentes y duraderos. <input checked="" type="checkbox"/> Producto solidario: ayuda a encontrar salida en el mercado a los productos de grupos productores de los países del sur. <input checked="" type="checkbox"/> Producto de alta calidad y socialmente respetuoso: cosido a mano por una organización que respeta los derechos laborales, facilita el acceso al mercado laboral de las mujeres, no emplea mano de obra infantil e invierte en la mejora de las comunidades de la zona.		<input checked="" type="checkbox"/> El cuero empleado para la confección de estas pelotas no es fácilmente reciclable.
Más información		
Intermón-Oxfam. (www.intermonoxfam.org) Cooperativa Abacus. (www.abacus.coop)		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

PRODUCTO: Pelota de fútbol de marca		
Materias Primas	Origen:	Sintético
	Tipo:	Caucho y látex
	Tipo de procesado:	Cosido y tintado
	Países productores:	Sudeste asiático: China, Vietnam, etc.
Impacto Ambiental:	Bajo	
	Contaminación de suelos	Si el caucho se acumula en los vertederos, puede tardar siglos en degradarse!
Impacto Social:	Medio	Salarios y condiciones laborales insuficientes.
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • El caucho no es biodegradable. Aún así, es fácilmente reciclable. Por ejemplo, el caucho de los neumáticos se recicla para hacer asfalto para las carreteras, campos de hierba artificial, pavimento de parques infantiles, así como materiales aislantes termo-acústicos. El reciclado optimiza incluso su calidad: ¡el asfalto mejora, porque el caucho unido al betún hace que las carreteras sean menos ruidosas, tengan mayor adherencia y filtren mejor el agua! 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> Alta calidad y durabilidad. <input checked="" type="checkbox"/> El caucho es reciclable.		<input checked="" type="checkbox"/> El caucho proviene del petróleo, material no renovable y no biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Salarios y condiciones laborales insuficientes. <input checked="" type="checkbox"/> En nuestra cultura de la imagen, el precio de venta de los artículos deportivos de marca (como las pelotas) debe cubrir los gastos de marketing.
Más información		
Intermón-Oxfam. (www.intermonoxfam.org) Cooperativa Abacus. (www.abacus.coop)		

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

PRODUCTO: Lote de juegos tradicionales		
Materias Primas	Origen:	Básicamente natural
	Tipo:	Madera de haya y pino, cáñamo (cuerda de saltar), caucho (diábolo), colas de origen vegetal, pinturas y barnices de base agua.
	Tipo de procesado:	Ebanistería, pintado, trenado (cuerdas).
	Países productores:	Cataluña
Impacto Ambiental:	Bajo	
	Contaminación potencial del suelo y de la atmósfera	Si al final de la vida útil del diábolo, éste es lanzado a la basura que irá al vertedero o a la incineradora, contaminará el suelo o la atmósfera, respectivamente.
Impacto Social:	Nulo	
Curiosidades:	<ul style="list-style-type: none"> • La madera ecológica es la que se extrae sin perjudicar el medio ambiente. La certificación forestal es una iniciativa que nació en los años 90 a consecuencia de la preocupación por el papel que juegan las explotaciones comerciales de madera en el problema de la deforestación. Los principales sistemas de certificación forestal a nivel internacional son el Consejo de la Administración Forestal (Forest Stewardship Council, FSC) y el Sistema Paneuropeo de Certificación Forestal (PEFC), que otorga certificaciones de forma poco transparente (tiene poca credibilidad). El más importante es el FSC, porque es el único que garantiza a nivel mundial la preservación de los recursos de los bosques explotados, y garantiza la viabilidad económica (que la explotación siga siendo rentable a largo plazo), los beneficios sociales (respetando los derechos de los indígenas) y la responsabilidad ambiental (no degradando el entorno). • La primera certificación, que apareció en 1993, fue el FSC, una organización internacional independiente, no gubernamental y sin ánimo de lucro, formada por propietarios forestales, industrias de madera, comunidades locales y pueblos indígenas, organizaciones ecologistas, con representación de países del Norte y del Sur en un 50%. 	
Ventajas		Desventajas
<input checked="" type="checkbox"/> El lote está formado en su mayoría por materiales naturales de origen vegetal. <input checked="" type="checkbox"/> La madera es un material renovable, duradero, reutilizable, fácilmente reciclable y compostable. Además, es de gestión sostenible porque tiene la certificación forestal del FSC. <input checked="" type="checkbox"/> Las pinturas y los barnices empleados son sintéticos, no contienen metales pesados ni disolventes que emiten vapores (compuestos orgánicos volátiles). <input checked="" type="checkbox"/> Producto de producción local, que da puestos de trabajo a nuestra sociedad y evita la contaminación atmosférica y el gasto energético asociados al transporte.		<input checked="" type="checkbox"/> El caucho utilizado para fabricar la pieza de goma del diábolo procede del petróleo, recurso no renovable ni biodegradable.
Más información		
Certificación de la madera ecológica. (www.fsc-spain.org) www.terra.org		

ACTIVIDADES

3. Yo me quedo con...

Etapas:	INTRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y ESTRUCTURACIÓN: CRITERIOS DE CONSUMO
Tipología:	Actividad de introducción de nuevos puntos de vista
Duración:	25 minutos
Material:	Fichas de los productos. Tabla de valoración. Figuras para la construcción. Pañuelos.

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los diferentes factores que influyen en un acto de consumo.
- Tomar conciencia de la responsabilidad individual y social que adquiere la ciudadanía frente al consumo, siendo conscientes de las consecuencias ecológicas y sociales de los actos de consumo.

DESARROLLO

1. ¿Qué compramos realmente?

Aún disponiendo de la información de los productos que nos aporta el catálogo, el acto de consumir tiene otras repercusiones que frecuentemente no son nada evidentes ni visibles. A través de esta dinámica, los grupos de participantes irán desvelando lo que se esconde detrás de la tipología de producto que han escogido.

Cada grupo de participantes dispondrá de la información que les aportarán cuatro personajes cercanos a su vida cotidiana (el grupo de amigos, los padres, los vendedores de tiendas especializadas, los empresarios o fabricantes del producto), a través de sus opiniones sobre cuál es la mejor opción según su criterio. Además, se puede disponer de una información determinada, procedente de una Web especializada en el producto.

Los participantes van consiguiendo esta información de manera enredada y dispersa, y la deben recoger en una tabla de sistematización y puntuación. Una vez recogida la información, los participantes valoran cuál de los tres productos de la tipología escogida es el más adecuado para hacer el regalo.

2. Cooperemos: la torre de la información

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

Para conseguir los sobres con la información que aportan los personajes, los participantes de cada grupo deberán cooperar entre sí. Cada grupo dispondrá de cinco figuras de construcción de madera, que deberá ir colocando con el fin de construir una torre. Para la construcción de la torre se vendarán los ojos de todos los participantes, excepto los del niño o la niña que dirigen los movimientos y la colocación de las piezas de cada grupo.

Las piezas para la construcción de la torre pueden ser de materiales reciclados de diferente forma (un tetrabrik, una lata, un tubo de cartón, un rectángulo de porexpán y una botella de plástico), si se invita a los alumnos y las alumnas a que los traigan de sus casas para el día del taller.

Cada pieza que se haya podido disponer en forma de torre representará un sobre con información de uno de los personajes.

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

2. La puntuación de los equipos

A través de la información obtenida, los grupos van elaborando la siguiente tabla de valoración. El baremo de puntuación va del -3 a + 3, siendo -3 características muy negativas de los productos, y + 3, características muy positivas.

-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
Muy negativo	Bastante negativo	Poco negativo	Neutro	Poco positivo	Bastante positivo	Muy positivo

		Producto A	Producto B	Producto C
	TIPOLOGÍA DEL PRODUCTO	NOMBRE:	NOMBRE:	NOMBRE:
1	Le gustará			
2	Es un producto bien valorado socialmente (moda)			
3	Le será útil y de provecho			
4	Es de calidad. Durará tiempo			
5	Tiene buena relación calidad/precio			
6	Para su fabricación, se utilizan pocos recursos naturales. Son recursos naturales renovables			
7	Durante su fabricación, transporte y eliminación, tiene pocos impactos ambientales			
8	Durante su fabricación tiene pocos impactos sociales			
9	El dinero que pagamos por él, se distribuye equitativamente y de una manera justa			
10	Tenemos suficiente información disponible sobre su origen, composición y producción			
	PUNTUACIÓN GLOBAL			

ACTIVIDADES

4. El mejor regalo

Etapas 4:	APLICACIÓN: LA ACCIÓN DE CONSUMO
Tipología:	Actividad de toma de decisiones
Duración:	20 minutos
Material:	Mural de evaluación.

OBJETIVOS

- Respetar críticamente las ideas de los otros y cooperar en la realización de los trabajos en grupo.
- Reflexionar sobre los diferentes factores que influyen en un acto de consumo.
- Tomar conciencia de la responsabilidad individual y social que adquiere la ciudadanía frente al consumo, siendo conscientes de las consecuencias ecológicas y sociales de los actos de consumo.

DESARROLLO**1. ¿Con qué nos quedamos?**

Cada grupo de participantes expone la pequeña investigación que ha realizado en torno a los tres productos, evidenciando los puntos fuertes y débiles de cada opción, y argumentando cuál es la mejor opción de regalo.

A la hora de exponer las valoraciones y puntuaciones de los productos, es importante que se mencione si ha habido acuerdo en los ítems de valoración o si, por el contrario, la puntuación ha sido motivo de desacuerdo en el grupo.

Una vez presentadas las conclusiones de todos los grupos de participantes, se inicia un debate que debe conducir a la elección de la mejor solución considerada por el gran grupo clase.

El debate se planteará la existencia de algún producto que tenga en cuenta todos los requisitos óptimos de consumo responsable, dejando abierta la opción de que los propios alumnos y alumnas planteen opciones alternativas (como hacer un regalo que no implique consumo directo, o hacerle un regalo "a mano" a partir de productos reciclados,...). De esta forma, el educador o la educadora introducen en el debate otras perspectivas, como la opción de "no consumo" o del consumo de productos de "comercio justo".

TALLER CONSUMO RESPONSABLE

En el debate exploramos la necesidad y voluntad de poner en marcha acciones colectivas de denuncia y presión, a través de poner ejemplos de campañas y acciones como la "Campaña Ropa Limpia", días de huelga de consumo, "El día sin coches", etc.

VALORACIÓN

Cuestionario de evaluación para el profesorado

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
¿Crees que los contenidos del taller son adecuados?				
¿El taller ha despertado el interés del alumnado?				
¿El taller ha sido útil para trabajar conceptos?				
¿El taller ha sido útil para trabajar procedimientos y valores?				
¿Crees que el diseño de fichas y material es atractivo?				
¿Crees que la información de las fichas y del material de apoyo es comprensible?				
¿Aconsejarías este taller a algún/a compañero/a?				

Destaca los 3 aspectos más positivos del taller	<ul style="list-style-type: none"> • • •
--	---

Señala cuáles son los 3 aspectos que propondrías mejorar	<ul style="list-style-type: none"> • • •
---	---

Otras observaciones	
----------------------------	--