

# UN REGALO PARA KARIM

OBRADOIRO DE CONSUMO RESPONSABLE

Outubro de 2007



# Un regalo para Karim

Obradoiro de consumo responsable

**Escoller un regalo para unha persoa descoñecida formúlalos moitas preguntas: "Que lle gustará máis? Que necesita realmente? Seralle útil?...". A través dunha situación concreta, os nenos e as nenas descubrirán os diferentes factores que inflúen na nosa maneira de pensar e actuar con relación aos bens de consumo: criterios sociais, éticos, ecolóxicos, de calidade, económicos, relacionados coa innovación ou coa saúde.**

<b>TEMA:</b>	Consumo Responsable. Medio Ambiente.
<b>DESTINATARIOS/AS:</b>	Ciclo Superior de Primaria Educación Secundaria Obrigatoria e Bacharelato
<b>DURACIÓN:</b>	1 hora 30 minutos
<b>AUTORÍA:</b>	Fundació Catalana de l'Esplai Intermón Oxfam

Este material didáctico foi elaborado no cadro da Década da Educación para o Desenvolvemento Sustentable da UNESCO 2005-2014 e preséntase na proposta de Intermón Oxfam Educar para unha Cidadanía Global.

## Educación para unha cidadanía global.

### Educar para un consumo responsable.

#### *Presentación*

Cando a primeira hora da mañá escollemos a roupa para nos vestir, cando abrimos unha billa, cando conectamos o televisor ou cando enviamos unha mensaxe SMS, estamos a consumir. O consumo é un acto tan cotiá que moitas veces pasa desapercibido.

A escola enfróntase ao desafío de dar a coñecer os dereitos e deberes dos consumidores, mais tamén de educar para que os nenos, as nenas e os mozos tomen conciencia da súa propia condición de persoas que consumen bens e utilizan servizos, e das consecuencias dos seus actos.

En consecuencia, a educación para o consumo responsable (ECR) ten a firme intención de ir máis alá do feito de fornecer información sobre as vantaxes ou as desvantaxes de determinados produtos. Certamente, a ECR fomenta hábitos para un consumo máis racional dos produtos, mais tamén fai fincapé na importancia de concienciar sobre o feito de que os actuais recursos materiais e enerxéticos que se utilizan na produción son finitos e limitados, e que o seu consumo ten repercusións directas e indirectas sobre a saúde das persoas, a súa calidade de vida e o medio ambiente.

A transmisión de información e a adquisición de pautas de conduta e hábitos máis xustos e sustentables encádranse e cobran sentido nunha abordaxe global, na que o consumo é unha dimensión fundamental do exercicio e da construción de cidadanía.

A educación para o consumo responsable pretende contribuír para transformar as persoas en cidadáns e cidadás globais, máis conscientes, participativos, críticos, responsables e solidarios, suxeitos políticos dunha sociedade socialmente xusta e ambientalmente sustentable.

#### **A Educación para o Consumo Responsables é ...**

**CRÍTICA**

Para que os cidadáns e as cidadás sexan capaces de formarse opinión e actuar, desde a análise e a reflexión.

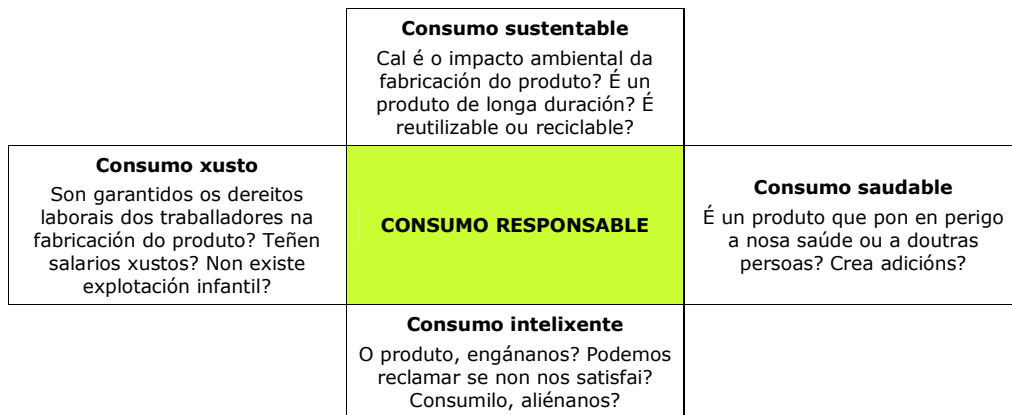
**ACTIVA**

Para orientar os cidadáns e as cidadás a tomar decisións e a actuar dunha maneira consciente.

**RESPONSABLE**

Para que a cidadanía tome conciencia das consecuencias dos actos de consumo.

## OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE



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

### ***Obxectivos xerais da Educación para o consumo responsable***

- Coñecer os recursos naturais que se empregan para a produción dos bens de consumo, e os impactos ambientais e sociais asociados directa e indirectamente.
- Promover habilidades para comprar con autonomía, e favorecer a adquisición de criterios que non sexan contrarios á saúde das persoas, ao medio ambiente e á equidade e á xustiza, co fin de satisfacer as necesidades.
- Axudar a tomar conciencia das necesidades reais de cada persoa, de xeito coherente cos estilos de vida, e máis alá da presión social e publicitaria.
- Adquirir coñecementos e instrumentos sobre os dereitos e os deberes das persoas como consumidoras.
- Desenvolver a comprensión do papel que xogan os cidadáns e as cidadás como consumidores dentro do sistema social e económico, co fin de influír neste.
- Adquirir unha actitude crítica, de responsabilidade e solidariedade, que axude a actuar, no que ao consumo de bens e ao uso de servizos se refire, para a construción dun mundo máis sustentable e equitativo.

## ORIENTACIONES PARA A INTERVENCIÓN DIDÁCTICA

### *A metodoloxía de traballo*

Os consumidores precisamos de moitos elementos que nos faciliten a comprensión dunha realidade de consumo que está demasiado cargada de contradicións e de intencións agochadas, e para poder desenvolver posicións e propostas de consumo alternativas.

Aplicamos unha das estratexias educativas de máis éxito, como é a de presentar problemas e situacións de consumo próximas dos alumnos e das alumnas, e que son susceptibles de ser analizadas criticamente. Propomos problemas que impliquen un traballo de investigación e de solución de problemas, de forma que, colectivamente, se propoñan novas pautas de conduta con implicación individual e colectiva en torno do consumo.

A educación para o Consumo Responsable permite afrontar a resolución de problemas desde unha perspectiva interdisciplinaria, que teña en conta e poña en cuestión os condicionantes económicos no consumo, as necesidades, o contexto social e os estilos de vida de cada persoa, as mensaxes publicitarias, os aspectos ambientais e sociais dos ciclos de vida dos bens de consumo, os dereitos e deberes como consumidores/as, etc.

A resolución de situacións problemáticas convida aos alumnos e ás alumnas a dialogaren para construír novos puntos de vista. Ao se basear no diálogo para construír o propio coñecemento, obriga aos participantes a contraporen as súas opinións, sentimentos e actuacións, desde unha perspectiva de respecto.

#### **O obradoiro baséase en ...**

##### **UNHA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Para contextualizar a actividade e fomentar a participación activa.

##### **UNHA NEGOCIACIÓN E DIÁLOGO**

Para consolidar o respecto pola diferenza, e a autonomía nas propias decisións.

### *A abordaxe educativa*

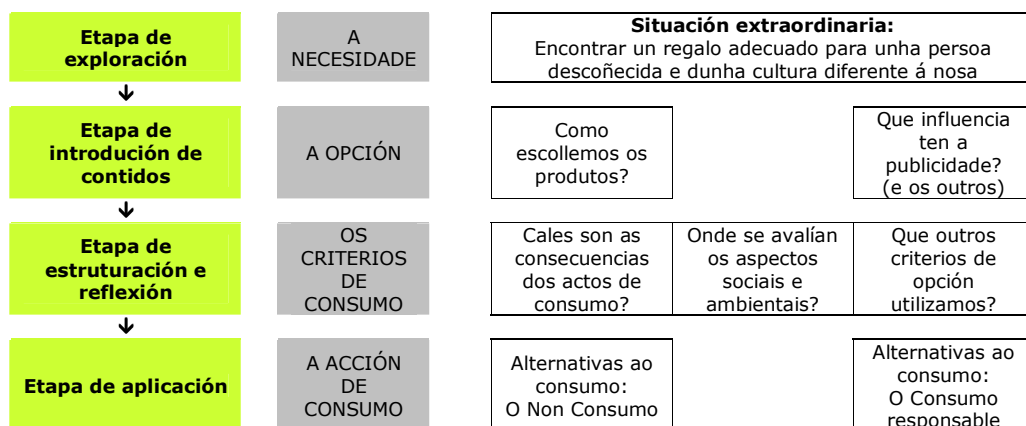
O obradoiro estrutúrase en catro etapas. A primeira delas consiste nunha actividade de motivación e exploración, cuxo obxectivo é que os alumnos e as alumnas expresen os seus sentimentos e coñecementos sobre o tema, e coñezan os obxectivos e finalidades da actividade.

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

La segunda etapa, mediante unha actividade de cariz lúdico, é a que permite aos alumnos e as alumnas entraren en contacto co fenómeno do consumo dunha maneira divertida e dinámica, e introducir os contidos relacionados con este.

Seguidamente, a actividade entra nunha etapa de reestruturación, que pretende estimular os alumnos e as alumnas a reflexionaren sobre os novos contidos elaborados.

Finalmente, a última etapa consiste nunha aplicación e concreción das opcións de consumo, a través de propostas que favorecen o consumo responsable no contexto do alumnado.



**Orientacións para os ciclos educativos**

Consumir reflicte un estilo de vida. O ciclo superior de Educación Primaria e a Educación Secundaria convértense en espazos privilexiados para traballar aspectos de consumo, xa que representan etapas nas que os nenos e as nenas adoptan e constrúen os seus propios estilos de vida.

O obradoiro que é proposto permite un desenvolvemento lineal da actividade, mais tamén permite profundar nos obxectivos de cada etapa do obradoiro a través de varias propostas didácticas opcionais.

Para Secundaria, é especialmente interesante mergullar no ámbito das mensaxes publicitarias e na súa influencia, así como na administración do diñeiro propio de forma autónoma.

## SECUENCIA E TEMPO

	ETAPA	ACTIVIDADE	DURACIÓN	EXTENSIÓNS
<b>ACTIVIDADE 1</b>	A NECESIDADE	<b>O país de Karim</b>	20 min.	Unha viaxe pola India (Primaria) Vivir a interculturalidade (ESO)
<b>ACTIVIDADE 2</b>	A OPCIÓN	<b>O catálogo de regalos</b>	25 min.	Publicista, eu? (ESO)
<b>ACTIVIDADE 3</b>	OS CRITERIOS DE CONSUMO	<b>Eu fico con...</b>	25 min.	
<b>ACTIVIDADE 4</b>	A ACCIÓN DE CONSUMO	<b>O mellor regalo</b>	20 min.	

## DOCUMENTACIÓN E RECURSOS

### Lecturas básicas

**Guía para un consumo responsable. El papel de los y de 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. 87 p.  
Guía da campaña "Roupa Limpa" para promover o consumo responsable.

**Comercio justo, consumo responsable.** Martínez-Orozco, S. Barcelona: Intermón, 2000. 112 p.  
Publicación básica para comprender a orixe, desenvolvemento e estado actual da problemática do comercio xusto.

**Opciones: información per al consum.** Barcelona: Centro de Investigación e Información en Consumo, 2002.  
Revista monográfica moi interesante para analizar criticamente diversos produtos. Artigos dispoñibles na súa Web.

### Lecturas para profundar

**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 as responsabilidades sociais, o consumo crítico e os límites da sociedade de consumo.

**Educación y consumo: la formación del consumidor en la escuela.** Pujol, R. M. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona, 1996.  
Propón a perspectiva da educación para o consumo.

**La moda al desnudo: doce preguntas sobre las condiciones laborales en la confección textil.** Barcelona: Icaria, 2000.  
Descubre as relacións Norte-Sur e as condicións laborais dos traballadores da produción téxtil.

### Materiais 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 e Bacharelato

**Global Express, proposta educativa de Intermón Oxfam: Consumista eu?** Proposta didáctica sobre consumismo e consumo responsable para Educación Secundaria

**Viaxe connosco... se quere gozar!** Proposta didáctica sobre turismo responsable para Educación Secundaria

**Cederrón didáctico.** [www.cederron.org](http://www.cederron.org). Propostas didácticas

### Webs, vídeos e xogos

**do**  
Rede andaluza de Consumo Responsable

Eliminado: Escola

Eliminado: Consum  
[http://www.consum.cat/qui\\_som/escola\\_de\\_consum/tallers/index.html](http://www.consum.cat/qui_som/escola_de_consum/tallers/index.html)



**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

[www.consumoresponsable.com](http://www.consumoresponsable.com)

Coordinadora Estatal de Comercio Xusto

[www.e-comerciojusto.org](http://www.e-comerciojusto.org)

Oficina Municipal de Barcelona de Información ao Consumidor

[www.omic.bcn.es](http://www.omic.bcn.es)

Rede de Consumo Solidario

[www.pangea.org/xarxaconsum](http://www.pangea.org/xarxaconsum)

Intermón-Oxfam

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

## ACTIVIDADES

# 1. O país de Karim

<b>Etapa 1:</b>	<b>EXPLORACIÓN: A NECESIDADE</b>
<b>Tipoloxía:</b>	Actividade de presentación, motivación e explicitación de opinións
<b>Duración:</b>	20 minutos
<b>Material:</b>	Mapa político do mundo de Peters (A3 cor). Enigmas do país de orixe (A3 cor).

## OBXECTIVOS

- Respetar criticamente as ideas dos demais e cooperar na realización de traballos en grupo.
- Reflexionar sobre as necesidades básicas e os desexos dunha persoa da súa mesma idade, tendo en conta novas orientacións culturais.
- Coñecer os trazos básicos máis característicos da India de forma lúdica.

## DESENVOLVEMENTO

### 1. Unha situación extraordinaria

A actividade iníciase coa presentación por parte do educador/a dunha situación extraordinaria. Desde o principio da actividade, os alumnos e as alumnas son conscientes de que se trata dunha simulación, e non dun feito real. Por iso, é moi importante facer visibles os obxectivos da actividade colectiva de consumo que iniciamos e presentala como un xogo de rol.

O educador ou a educadora presentan...

***Unha amiga mía acolleu na súa casa un neno doutro país. O neno acaba de chegar, e séntese moi desorientado e con moita saudade. É un neno da vosa idade, e mañá é o seu aniversario.***

***A miña amiga está moi preocupada con que o neno se sinta ben acollido e pensou en lle facer un regalo de aniversario e de benvida, mais non sabe qué regalo pode ser o máis adecuado. Non coñece demasiado os gustos dos nenos e das nenas da vosa idade, así que fixo unha lista de produtos para que a axudedes a escoller.***

***Cal será o mellor regalo?***

O educador ou a educadora propoñen o desafío de escoller entre todos e todas cal pode ser o mellor regalo para o neno. Porén, escoller un regalo non é tan simple como parece. Para facelo, primeiro necesitaremos descubrir cál e cómo é o país de orixe deste neno e, evidentemente, os seus posibles gustos e necesidades. A través dunha breve dinámica de pistas e enigmas, deberemos facer “visible” o seu “país invisible” de procedencia.

**2. Fagan as súas apostas... (actividade opcional)**

Os participantes distribúense en diversos grupos de 4-5 persoas. Estes serán os grupos de traballo para desenvolver as actividades de todo o conxunto do obradoiro.

A través dunha serie de pistas e enigmas que nos ofrecen información, os participantes deben descubrir o país de onde procede o novo compañeiro. Falan sobre o que saben e sobre o que descubriron deste país, e discuten acerca dos sentimentos dunha persoa que acabe de chegar de alí.

Para comezar a descubrir cál é o país de orixe do neno, repártese a cada grupo a seguinte ficha comparativa. A través da información que nos fornece, decídese se se trata dun país grande ou pequeno, pobre... Cada grupo designa dous posibles países e, conxuntamente, elabórase unha lista cunha clasificación dos 10 países máis votados.

TÁBOA ACTIVIDADE 1: os 10 países invisibles		
Grupo de participantes	País invisible	País invisible
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2

### 3. Cal é o país invisible?

Seguidamente, repártese un mapa político de Peters a cada grupo de participantes (DIN A3 a cores).

O educador ou a educadora irán extraendo, unha por unha, as pistas contidas no sobre **Cal é o país invisible?** As pistas están formadas por unha fotografía do país (nunha cara) e unha característica do país invisible (na outra cara). Os grupos irán descartando os países da lista dos 10 países escollidos, até que consideren que xa descubran de qué país se trata.

<p><b>Extensión para Ciclo Superior de Primaria</b>  <b>UNHA VIAXE POLA INDIA</b>          Recomendamos profundar nas características do país de orixe do personaxe da actividade.</p> <p>Busca, en grupos de traballo, da realidade da India.</p>
--

<p><b>Extensión para Educación Secundaria e Bacharelato</b>  <b>VIVIR A INTERCULTURALIDADE</b>          Recomendamos profundar nas reflexións sobre a interculturalidade a través dun debate...</p> <p><b>Posible guión do debate para o/a educador/a</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como sería a nosa vida sen os intercambios culturais, tecnolóxicos, sociais e económicos?</li> <li>• Credes que estes intercambios, que se provocan a través do contacto, son positivos para o desenvolvemento das comunidades?</li> <li>• Credes que os conflitos culturais e sociais son un obstáculo, ou un punto de partida para o desenvolvemento das comunidades?</li> <li>• Credes que o racismo é consecuencia do fenómeno migratorio, ou ben que é un síntoma de outras problemáticas sociais?</li> </ul> <p><i>Máis información sobre a actividade:</i>  <b>Sanduk. Guia per a la formació de monitors i monitores na interculturalitat i immigració.</b>  <a href="http://www.entrecultures.org/">http://www.entrecultures.org/</a></p>
---

## 2. O catálogo de regalos

**Etapa 2: INTRODUCCIÓN DE CONTIDOS: A OPCIÓN****Tipoloxía:** Actividade de introdución de novos puntos de vista**Duración:** 30 minutos**Material:** Catálogo de produtos. Carteis de anuncios.

### OBXECTIVOS

- Reflexionar sobre os diferentes factores que inflúen nun acto de consumo.
- Ser consciente das características estéticas, da importancia, protagonismo e eficacia das mensaxes nos medios de comunicación.
- Adoptar unha posición crítica fronte ás manipulacións e discriminacións fomentadas polas mensaxes publicitarias.

### DESENVOLVEMENTO

#### 1. O que podemos comprar?

Nesta etapa do obradoiro, cada grupo de participantes deberá escoller unha tipoloxía de produto entre as catro presentes na lista. Para facelo, os participantes deberán ter presente a orixe do neno, e as súas posibles necesidades e gustos (roupa para vestir na moda de aquí, unha cousa máis práctica como calzado, un teléfono móbil para se poder comunicar e integrar máis facilmente, un produto máis lúdico...). Os produtos a escoller son produtos atractivos e de uso cotiá para esta idade, como por exemplo un teléfono móbil, uns vaqueiros, uns tenis...

Pártese de concretar en grupo con cantos cartos se conta aproximadamente para facer o regalo. Recomendamos que se propoña un debate en torno da cantidade de diñeiro e da tipoloxía de regalo que sexa máis aberto en secundaria, e máis concreto en primaria.

O educador ou a educadora distribúen un pequeno catálogo de produtos a cada grupo. Hai doce produtos diferentes, agrupados en catro tipoloxías de bens de consumo.

	Tipoloxía de produto			
	Tipoloxía 1 <b>CALZADO</b>	Tipoloxía 2 <b>ROUPA</b>	Tipoloxía 3 <b>NOVAS TECNOLOXÍAS</b>	Tipoloxía 4 <b>PRODUTOS DE LEGER</b>
Produto A	Tenis sintéticos	Camisola deportiva de tecido sintético	Teléfono móbil con menos residuos tóxicos	Pelota de fútbol de comercio xusto
Produto B	Tenis de pel	Pantalóns vaqueiros	Teléfono móbil recargable co sol	Pelota do Barça asinada
Produto C	Sandalias menorquinas	Chaqueta de pel de segunda man	Teléfono móbil moderno	Lote de xogos tradicionais

## 2. O catálogo de produtos

Os grupos analizan as diversas informacións que ofrece o catálogo de produtos. Para cada produto, hai carteis publicitarios e unha ficha que detalla o prezo, así como as súas características máis básicas (información da etiqueta, orixe, materiais utilizados...).

Cos alumnos e alumnas de Secundaria, recomendamos facer unha extensión da actividade, enfocada para o tratamento publicitario e as súas mensaxes; para iso, no catálogo son incluídos exemplos de carteis publicitarios.

Extensión para a Educación Secundaria (Duración: 1 hora)	
<b>PUBLICICISTA, EU?</b>	
Recomendamos profundar no ámbito publicitario e nas mensaxes dos anuncios, a través dunha análise obxectiva e subxectiva dos carteis publicitarios, e dun diálogo entre os grupos.	
PAUTAS DE EXPLORACIÓN OBXECTIVA	PAUTAS DE EXPLORACIÓN SUBXECTIVA
Descubrimos o que observamos sen facer ningunha suposición ou avaliación	Descubrimos o que nos comunica a imaxe
<b>Como é o ambiente?</b> (Cores e formas) <b>Como é a imaxe?</b> (Encadramento, sombras, símbolos...) <b>Como son os personaxes?</b> (Aspecto, acenos...) <b>Como é o texto?</b> (Localización, tipo de letra...)	<b>Como é o ambiente?</b> (Coñecémolo? É real?...) <b>Como é a imaxe?</b> (Que sensacións provoca?...) <b>Como son os personaxes?</b> (A quen representa? Por que foi escollido?...) <b>Como é o texto?</b> (A quen vai dirixido? Hai suficiente información?...) Hai suficiente información?...
<i>Máis información sobre a actividade:</i>	

## OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE

**As trampas do comercio internacional. Guía didáctica. Intermón-Oxfam 2003.**

Unha actividade moi interesante que resulta deste traballo é pedir aos alumnos e alumnas que recorten anuncios diversos e oculten as marcas anunciadas para xogar a adiviñalas só mediante as súas imaxes e mensaxes escritas.

## RECURSOS PARA O DEBATE

Ademais da información contida no catálogo, a información ofrecida nas seguintes táboas ofrecen información e recursos para o educador ou a educadora, e pautas para o debate posterior.

<b>PRODUTO: Pantalóns vaqueiros</b>		
<b>Materias primas</b>	<b>Orixe:</b>	Vexetal
	<b>Tipo:</b>	Algodón
	<b>Tipo de procesado:</b>	Lavado e tinguido
	<b>Países produtores de algodón:</b>	Benin e outros países da África oriental
<b>Impacto Ambiental:</b>	Elevado	
	Contaminación do solo e efectos sobre a saúde dos xornaleiros	A maior parte do algodón convencional provén de monocultivos de algodón, nos que se utilizan moitos pesticidas (insecticidas, herbicidas, fungicidas...)
	Contaminación dos ríos	Os vaqueiros son tinguidos con produtos contaminantes. As tinturas químicas afectan o medio ambiente (ríos, atmosfera) e as persoas (traballadores/as e consumidores/as).
<b>Impacto Social:</b>	Medio-Elevado	Maioritariamente, os salarios son baixos e as condicións de traballo moi duras. Con frecuencia, tamén traballan nenos.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O custo de fabricación duns vaqueiros é de 7,96 €, o custo do transporte desde Tunicia a Barcelona é de 0,16 € e o salario dun día das costureiras que o confeccionan é de 0,93 €. Uns vaqueiros en Barcelona poden custar 50 €.</li> <li>• O algodón é a fibra téxtil máis utilizada do mundo; representa 45% da produción mundial de todas as fibras.</li> <li>• O nome "jeans" está relacionado coa súa orixe: Gênes (Xénova, en francés), porque os vaqueiros proceden de Xénova, onde no seu porto os traballadores os levaban pola súa resistencia ao desgaste.</li> <li>• En 1850, Levi Strauss introduciu os vaqueiros en San Francisco (California) como roupa de traballo dos mineiros de ouro.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Fibras téxtiles de orixe vexetal.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> O algodón absorbe a humidade, por tanto, deixa transpirar a pel e é un tecido fresco.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Flexibles e moi resistentes ao lavado.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> O proceso de lavado e tinguido dos vaqueiros é un dos máis sucios. A maior parte do lavado lévase a cabo nas fábricas de países con leis ambientais máis permisivas, coa correspondente contaminación dos ríos.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> O algodón procede sobre todo dos campos da África oriental, onde as condicións de traballo son moi duras e págase moi pouco aos xornaleiros.</li> </ul>
<b>Máis información</b>		
Intermón-Oxfam (2003). La Volta ao món d'uns texans. Canviem les regles. Guía didáctica. Setem (2005). Guía para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia".		

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

Ecoterra (1998). "Fibras tèxtils". Documento en PDF <http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf>

<b>PRODUTO: Camisola deportiva</b>		
<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Sintético
	<b>Tipo:</b>	Poliéster
	<b>Tipo de procesado</b>	Tinguido
	<b>Países produtores de fibras sintéticas:</b>	China e outros países do sueste asiático.
<b>Impacto Ambiental:</b>	Medio-Elevado	
	Contaminación do solo e da atmosfera	O poliéster está feito de derivados do petróleo e, cando se converte nun residuo, non se biodegrada e acaba nun depósito de lixo (contaminando o solo) ou nunha incineradora (emisións á atmosfera).
	Contaminación dos ríos	O proceso de fabricación (síntese de fibras, uso de tinturas químicas, etc.) ten un impacto ambiental negativo sobre o medio acuático e as especies que viven nel.
<b>Impacto Social:</b>	Elevado	Perda de postos de traballo no noso país polo peche e a deslocalización de empresas a outros países nos que os dereitos laborais non están tan definidos.
		Remunérase aos traballadores con salarios moi baixos, e a súa xornada laboral é de 12 a 14 horas.
		As condicións sanitarias, así como as medidas de seguridade, normalmente son moi pobres ou inexistentes.
<b>Curiosidades:</b>	• O poliéster é a máis utilizada de todas as fibras sintéticas.	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> O poliéster é un tecido moi resistente ao lavado e moi duradeiro. <input checked="" type="checkbox"/> O poliéster retén pouco a auga, polo que seca moi rapidamente. <input checked="" type="checkbox"/> O poliéster non precisa de pasar a ferro.		<input checked="" type="checkbox"/> É unha fibra sintética elaborada a partir de petróleo, un recurso non renovable que contribúe para a mudanza climática e que, unha vez deteriorado, non será biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> O poliéster favorece a fermentación do suor (fai suar) debido á súa escasa absorción. Por tanto, non facilita a transpiración da pel. <input checked="" type="checkbox"/> Os tecidos sintéticos son os tecidos máis relacionados coas alerxias das persoas (porque están tratados con substancias tóxicas, como o formaldehído, que se utiliza para conseguir que a roupa non se engurre). <input checked="" type="checkbox"/> Todas as fibras sintéticas xeran electricidade estática. <input checked="" type="checkbox"/> A maior parte da roupa deportiva fábricase en países en que se explota os traballadores. <input checked="" type="checkbox"/> A pesar de que Cataluña tivo unha importante industria téxtil, moitas empresas subcontrataron a súa produción a outros países para abaratar custos. A deslocalización é unha causa importante da perda de postos



**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

	de traballo en Cataluña.
<b>Máis información</b>	
Setem (2005). Guía para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia". Ecoterra (1998). "Fibres tèxtils". Documento en PDF <a href="http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf">http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf</a>	

<b>PRODUTO: Chaqueta de pel de segunda man</b>		
<b>Materias primas</b>	<b>Orixe:</b>	Animal
	<b>Tipo:</b>	Pel de año
	<b>Tipo de procesado:</b>	Curtido e tinguido
	<b>Países produtores de coiro:</b>	O coiro é normalmente curtido en países pobres asiáticos, africanos ou suramericanos. En Cataluña fábricase.
<b>Impacto Ambiental:</b>	Medio	
	Contaminación dos ríos	Para deter o proceso de biodegradación da pel, o coiro é curtido con cromo. Isto provoca derrames de auga tóxica que causan un grave impacto sobre o medio ambiente.
<b>Impacto Social:</b>	Baixo	
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antigamente, o coiro era curtido esmagando esterco sobre as peles ou remollándoas nunha solución á base de sesos de animais. As feces dos cans eran as preferidas para este fin, polo que nas cidades... era frecuente ver nenos que as recollían para este fin! Igualmente, colocábanse ouriñais nas esquinas para recoller a urina humana, que despois era utilizada para curtir o coiro. Deixábase podreecer o coiro sobrannte durante meses; despois, púñase ao lume até que a auga se evaporaba e... así se conseguía cola!</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> O coiro é un tecido suave e flexible, moi resistente á auga (non se mancha, nin perde a cor ou deforma cando se molla). <input checked="" type="checkbox"/> A produción local é moito mellor que importar produtos do estranxeiro, porque minimiza a contaminación atmosférica, o uso de combustibles fósiles e favorece a economía local. <input checked="" type="checkbox"/> A reutilización da roupa a través do comercio de segunda man permite alargar a vida dun produto.		<input checked="" type="checkbox"/> O coiro curtido con cromo é moi contaminante. <input checked="" type="checkbox"/> Matar un animal para nos vestir non é ético. As fibras animais son obtidas mediante procedementos que causan sufrimento aos animais.
<b>Máis información</b>		
Setem (2005). Guía para el consumo responsable de ropa. Campaña Internacional "Ropa Limpia". Ecoterra (1998). "Fibres tèxtils". Documento en PDF <a href="http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf">http://www.ecoterra.org/data/pa14.pdf</a>		

<b>PRODUTO: Tenis sintéticos</b>		
<b>Materias primas</b>	<b>Orixe</b>	Sintético
	<b>Tipo:</b>	Nylon, caucho
	<b>Tipo de procesado</b>	Tinguido, engomado e encolado
	<b>Países produtores de calzado sintético:</b>	China, Indonesia, Vietnam, Tailandia.
<b>Impacto Ambiental:</b>	Medio	
	Efectos sobre a saúde dos xornaleiros	Os traballadores inhalan o fume que desprende a goma cando se desfai para elaborar as solas.
<b>Impacto Social:</b>	Medio-Elevado	<p>Precariedade laboral.</p> <p>Moitos traballadores teñen cicatrices de queimaduras producidas pola cola quente, como consecuencia da falta de protección debida a un deficiente sistema de seguridade.</p>
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O termo "bambas" (que é como se coñecen os tenis nalgunhas comunidades do Estado español, e que deriva da marca rexistrada Wamba), inclúe o calzado que utilizamos para practicar deporte, e o que usamos para vestir informalmente, tamén chamado "casual" (que en inglés significa <i>informal</i>).</li> <li>• Entre 1987 e 1993, a empresa de marca destes tenis aumentou o investimento en publicidade nun 830 %. E a estratexia funcionou: entre 1989 e 1993, os beneficios desta empresa creceron en 900 %, a pesar de que foron catro anos de regresión económica.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> O nylon é a fibra máis forte e resistente á abrasión que existe. <input checked="" type="checkbox"/> A pesar de non ser un material que favoreza a transpiración (porque está feito de fibras sintéticas), permite que o pé transpire grazas a uns microporos.		<input checked="" type="checkbox"/> O nylon e o caucho proceden do petróleo, material non renovable nin biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Como todos os obxectos elaborados con materiais sintéticos, acumulan electricidade estática, especialmente ao se tratar de calzado con sola de goma. <input checked="" type="checkbox"/> Deslocalización de empresas. <input checked="" type="checkbox"/> Redución de man de obra para investir en publicidade.
<b>Máis información</b>		
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.		

<b>PRODUTO: Tenis de pel</b>		
<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Animal (pel), sintético (sola)
	<b>Tipo:</b>	Pel de canguro, caucho
	<b>Tipo de procesado</b>	Curtido, tinguido, engomado e encolado
	<b>Países produtores de algodón:</b>	China, Vietnam e outros países do sueste asiático.
<b>Impacto</b>	Medio	

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

<b>Ambiental:</b>	Contaminación dos ríos e efectos sobre a saúde dos xornaleiros	O proceso de curtido con cromo ten un grande impacto ambiental. O proceso de fabricación da pel comporta riscos para a saúde dos traballadores, especialmente en países nos que as regulacións sanitarias e de seguridade son escasas.
<b>Impacto Social:</b>	Medio-Elevado	Hai 20 anos, a produción de calzado deportivo no Estado español era moi elevada, especialmente en Alacante. Porén, 10 anos máis tarde, como resultado da deslocalización de empresas, practicamente non ficaba nada. Na maioría das fábricas asiáticas, obrígase aos traballadores a traballar un elevado número de horas extras, que non son remuneradas economicamente.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uns bos tenis deben respectar as características propias do pé (sensibilidade, estabilidade, flexibilidade e capacidade de respirar), deben protexelo e deben axudalo no impacto co solo (o peso do pé multiplícase por sete) e no impulso para dar un novo paso.</li> <li>• Os pés, cunha gran cantidade de ósos, músculos, tendóns, ligamentos, vasos sanguíneos e nervios, forman o sistema mecánico máis complexo do noso corpo. Cunha superficie relativamente pequena, aguantan todo o noso peso e permítennos movermos sobre calquera tipo de superficies. O calzado protexe o pé e axúdao a facer o seu traballo. Non obstante, os gregos facían deporte descalzos, e na actualidade, de vez en cando vemos algún atleta profesional que corre sen tenis.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> O coiro é o material máis apreciado pola súa flexibilidade, a súa resistencia á fricción, a súa durabilidade e porque permite unha boa transpiración. <input checked="" type="checkbox"/> Modelo de calzado deportivo moi ergonómico.		<input checked="" type="checkbox"/> O elevado volume de exportación de pel de canguro desde Australia pode comportar a extinción deste animal. A pesar de que a lei australiana estableceu medidas para controlar o ritmo de caza dos canguros, a caza furtiva nocturna é práctica habitual. <input checked="" type="checkbox"/> Para deter o proceso de biodegradación da pel, o coiro é curtido con cromo, unha substancia tóxica que contamina os ríos. <input checked="" type="checkbox"/> Esíxense cotas de produción diaria moi elevadas, en detrimento das condicións laborais.
<b>Máis información</b>		
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.		

**PRODUTO: Sandalias menorquinas**

<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Vexetal (tecido), sintético reciclado (sola)
	<b>Tipo:</b>	Esparto, caucho de pneumático reciclado
	<b>Tipo de procesado:</b>	Tinguido, engomado e encolado
	<b>Países produtores:</b>	Menorca
<b>Impacto Ambiental:</b>	Baixo	

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

<b>Impacto Social:</b>	Baixo	
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Era o calzado tradicional da poboación rural de Menorca.</li> <li>• A produción en serie de calzado e, por tanto, a numeración dos zapatos, comezou no século XVIII. Porén, non foi até a segunda metade do século XIX cando se adoptou o Sistema Métrico Decimal. O número da lonxitude do pé en "puntos de París", unha medida que equivale a dous terzos de centímetro. Así, calzar un 39 significa que o pé mide 26 centímetros de longo.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>	<b>Desvantaxes</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> O caucho utilizado para facer as solas deste modelo é reutilizado a partir de pneumáticos de automóviles. <input checked="" type="checkbox"/> Calzado moi fresco. <input checked="" type="checkbox"/> O esparto é unha fibra natural (extráese da folla dunha planta) e, por tanto, é biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Produto artesán que mantén unha tradición e promove a economía local.	<input checked="" type="checkbox"/> Ao ser un produto de calidade, de artesanado local, elaborado mediante un proceso non industrializado, e un modelo case único, é un produto caro.	
<b>Más información</b>		
<p>Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.8 "Les vambes" Oxfam Internacional (2006). ¡Fuera de Juego! Derechos laborales e produción de ropa deportiva en Asia.</p> <p>Portal das Illas Baleares. <a href="http://www.visitbalears.com/accesible/">http://www.visitbalears.com/accesible/</a></p>		

**ETIQUETAXE**

**PRODUTO: ROUPA E CALZADO**

**Símbolos das etiquetas**

<b>Símbolo</b>	<b>LAVADO</b>	<b>Símbolo</b>	<b>SECADO</b>
	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 delicadas. (Agitación mínima, centrifugado suave 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.
<b>Símbolo</b>	<b>PLANCHADO</b>	<b>Símbolo</b>	<b>OTROS</b>
	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/>

<b>PRODUTO: Teléfono móbil con menos residuos electrónicos tóxicos</b>		
<b>Materias Primas</b>	<b>Materiais:</b>	Plásticos, Retardantes de Chama Bromados (BFR)
	<b>Batería:</b>	Batería de litio
	<b>Ciclo de vida:</b>	1 ano e medio
	<b>Países de fabricación:</b>	China
<b>Impacto Ambiental:</b>	Baixo	
	Contaminación do solo e efectos sobre a saúde	Contén algúns residuos tóxicos: retardantes de chama bromados (BFR).
<b>Impacto Social:</b>	Medio	A pesar de que se externaliza a produción aos países empobrecidos porque os salarios son inferiores, e destínase unha gran parte dos beneficios a publicidade, a empresa participa en proxectos sociais.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ranking verde de artigos electrónicos elaborado por Greenpeace, a empresa que fabrica este teléfono móbil obtén a mellor puntuación. O ranking é unha clasificación das empresas líderes en computadores e teléfonos móbiles que están a traballar para garantir que as substancias químicas desaparecen dos seus produtos, e as que teñen un bo programa de reciclaxe dos residuos que xeran os seus produtos ao final da súa vida útil. A importancia deste ranking radica no grave problema ambiental e de saúde que está a provocar a crecente xeración de residuos electrónicos que acaban, polo xeral, en depósitos de lixo ou queimados a ceo aberto en países empobrecidos.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Á diferenza da maioría dos teléfonos móbiles, non contén PVC (substancia moi tóxica) e contén menos BFR.		<input checked="" type="checkbox"/> O teléfono móbil ten un ciclo de vida de só 1 ano e medio.
<input checked="" type="checkbox"/> A empresa faise responsable dos seus produtos, cando o consumidor se desfai deles, mediante un programa de reciclaxe de teléfonos móbiles ao final da súa vida útil.		<input checked="" type="checkbox"/> Grande empresa multinacional de teléfonos móbiles, que destina o que se aforra en man de obra a beneficios e a investir en publicidade e marketing.
<input checked="" type="checkbox"/> A empresa participa en proxectos de Responsabilidade Social Corporativa, revertendo parte dos lucros na comunidade, pondo en marcha escolas infantís, construíndo zonas verdes e promovendo centros sanitarios.		<input checked="" type="checkbox"/> Contén BFR, tóxicos para as persoas porque poden afectar o sistema nervioso. Cando son eliminados (queimados ou incinerados) emiten dioxinas.
<input checked="" type="checkbox"/> Permite o aforro enerxético mediante un sinal de aviso de batería recargada. Por tanto, evita o consumo enerxético innecesario (standby) resultante de deixar o teléfono móbil conectado ao enchufe unha vez recargada totalmente a batería.		
<b>Máis información</b>		
Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.6 "Els ordenadors" Greenpeace. Ranking verde de electrónicos. ( <a href="http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/">http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/</a> )		

<b>PRODUTO: Teléfono móbil recargable co sol</b>		
<b>Características</b>	<b>Materiais:</b>	Plásticos, PVC
	<b>Batería:</b>	Batería con panel solar desdoblable.
	<b>Ciclo de vida:</b>	4 anos
	<b>Países de fabricación:</b>	Xapón
<b>Impacto Ambiental:</b>	Elevado	
	Contaminación do solo, a atmosfera e efectos sobre a saúde.	Contén residuos extremadamente tóxicos: PVC. Os teléfonos móbiles, unha vez usados, son transportados a países empobrecidos, o cal xera contaminación e problemas de saúde.
<b>Impacto Social:</b>	Medio-Baixo	A externalización dos residuos electrónicos a países empobrecidos da traballo a moitas persoas, mais en condicións precarias. Entre estes traballadores, moitos son nenos.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segundo a Organización Mundial da Saúde (OMS), non existen probas concluíntes que indiquen que as mudanzas biolóxicas provocadas polos campos electromagnéticos (CEM) sexan nocivos. Non obstante, algúns estudos mostran unha correlación entre a exposición aos CEM e doenzas como a leucemia e o Alzheimer, que son difícilmente atribuíbles a outras causas. Ora ben, o efecto dos CEM sobre o corpo está relacionado coa súa frecuencia. A rede eléctrica e pequenos aparellos electrónicos xeran CEM de frecuencia moi baixa; os xerados polas pantallas dos computadores e aparellos de alarma antirrobo son de frecuencia media; e os xerados polos teléfonos móbiles, televisores, radios, microondas, antenas de radar e liñas de alta tensión son de frecuencia alta. Canto máis alta é a frecuencia dos CEM, máis grande é a alteración que producen.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Aforra enerxía e diñeiro porque se recarga con luz solar. Ademais, o feito de ter autonomía e non depender de conectar a batería á rede eléctrica tórnao moi cómodo. <input checked="" type="checkbox"/> Mentres está en funcionamento, o teléfono móbil emite un campo electromagnético menor que a maior parte de teléfonos móbiles que existen no mercado. <input checked="" type="checkbox"/> O teléfono móbil ten un ciclo de vida de 4 anos.		<input checked="" type="checkbox"/> Contén PVC (unha substancia moi tóxica, que é un dos plásticos máis utilizados) cuxa produción e eliminación contamina porque emite dioxinas e furanos (compostos químicos moi perigosos, mesmo en baixísimas concentracións). <input checked="" type="checkbox"/> A empresa leva os teléfonos móbiles utilizados a países empobrecidos para que sexan xestionados como residuos. Alí acaban en depósitos de lixo ou queimados a ceo aberto (xerando contaminación e problemas de saúde), en lugares nos que traballan nenos.
<b>Máis información</b>		

**OBRADOIRO 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 tecnoloxía tóxica. Greenpeace.  
<http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/t-xicos/electronicos-alta-tecnolog-a>  
Batería solar NTT, febreiro 2004. Advanced Technology Corp.  
[http://www.ntt.co.jp/news/news04e/0402/040213\\_1.html](http://www.ntt.co.jp/news/news04e/0402/040213_1.html)



<b>PRODUTO: Teléfono móbil moderno</b>			
<b>Características</b>	<b>Materiais:</b>	Plásticos, Retardantes de Chama Bromados (BFR).	
	<b>Batería:</b>	Batería recargable en movemento.	
	<b>Ciclo de vida:</b>	3 anos	
	<b>Países de fabricación:</b>	Europa	
<b>Impacto Ambiental:</b>	Medio		
	Contaminación do solo, a atmosfera e efectos sobre a saúde.	Contén residuos tóxicos: BFR. Os teléfonos móbiles, unha vez descartados, son transportados a países empobrecidos, o que xera contaminación e problemas de saúde.	
<b>Impacto Social:</b>	Medio-Baixo		A externalización dos residuos electrónicos a países empobrecidos dá traballo a moitas persoas, mais en condicións precarias, nas que moitos traballadores son nenos.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un estudo entre os traballadores que desmantelan computadores en Suecia encontrou que estes tiñan unha concentración de bromo no sangue 65 veces superior á normal. Boa parte dos residuos electrónicos (máis da metade no caso dos EUA) son enviados a países do Sur, onde acaban nos campos e nas costas, ensuciando as augas e os solos, danando cultivos, gando e a auga potable, enchendo de substancias tóxicas o sangue dos que traballan nas empresas de desmantelamento para recuperar os metais preciosos, sen a tecnoloxía adecuada. Fronte ao depósito de lixo ou á incineración, a recuperación de residuos electrónicos é unha alternativa máis ecolóxica. Por exemplo, os teléfonos móbiles poden ser desmontados, os compoñentes potencialmente perigosos poden ser illados e entregados a xestores autorizados para o seu tratamento. Na fase de trituración, os materiais son clasificados por tipos, revalorízanse e trátanse para ser recuperados e, finalmente, para ser vendidos ás industrias que os poden aproveitar.</li> </ul>		
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Aforra enerxía e diñeiro porque se recarga co propio movemento pendular cando camiñamos co teléfono móbil pendurado no pescozo. O feito de que non necesite a rede eléctrica para recargar a batería tórnao moito máis cómodo. <input checked="" type="checkbox"/> É un modelo que acaba de saír ao mercado, cun deseño espectacular.		<input checked="" type="checkbox"/> Contén BFR, que son tóxicos para as persoas porque poden afectar o sistema nervioso. Cando son eliminados (queimados ou incinerados), emiten dioxinas. <input checked="" type="checkbox"/> A empresa leva os teléfonos móbiles utilizados a países empobrecidos para que sexan xestionados como residuos. Alí acaban en depósitos de lixo ou queimados a ceo aberto (xerando contaminación e problemas de saúde), en lugares nos que	



**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

	traballan nenos. <input checked="" type="checkbox"/> Ao ser un produto moi exclusivo e novo, é un dos modelos máis caros do mercado.
<b>Máis información</b>	
Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) (2003). Revista Opciones n.6 "Els ordinadors" Greenpeace. Ranking verde de electrónicos. ( <a href="http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/PortalInformaciónIndependenteSobreBensdeConsumoconCriterioEcoloxista">http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/PortalInformaciónIndependenteSobreBensdeConsumoconCriterioEcoloxista</a> ) <a href="http://www.verdeandoconsumo.blogspot.com">www.verdeandoconsumo.blogspot.com</a>	

**PRODUTO: Pelota de fútbol de comercio xusto**

<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Basicamente sintético
	<b>Tipo:</b>	Coiro sintético de poliuretano, poliéster ou algodón, látex ou butyl
	<b>Tipo de procesado:</b>	Tinguido e cosido.
	<b>Países produtores:</b>	Paquistán
<b>Impacto Ambiental:</b>	Medio	
	Contaminación atmosférica e de solos	A pesar de que os materiais plásticos sintéticos (poliuretano, poliéster, etc.) contaminan a atmosfera, esta fábrica ten filtros para reter as emisións nocivas. Os materiais plásticos non son biodegradables, contaminan o aire (cando son incinerados) e o solo (cando son vertidos).
<b>Impacto Social:</b>	Nulo	
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O nome da fábrica (Talon) significa "garra de aguia", e é unha fábrica situada no distrito de Sialkot, provincia do <b>Punjab</b>, a máis frutífera de todo o Paquistán. O seu funcionamento comezou hai 20 anos, dá traballo a cerca de 1.500 costureiros/as e produce unha media de 1,2 millóns de pelotas por ano. Ademais, fabrica luvas de gardaredes e roupa deportiva. O seu principal obxectivo é a contratación de adultos para facilitar o acceso á escola dos menores.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Feita de materiais moi resistentes e duradeiros. <input checked="" type="checkbox"/> Produto solidario: axuda a encontrar saída no mercado aos produtos de grupos produtores dos países do sur. <input checked="" type="checkbox"/> Produto de alta calidade e socialmente respectuoso: cosido á man por unha organización que respecta os dereitos laborais, facilita o acceso ao mercado laboral das mulleres, non emprega man de obra infantil e inviste na mellora das comunidades da zona.		<input checked="" type="checkbox"/> O coiro utilizado para a confección destas pelotas non é facilmente reciclable.
<b>Máis información</b>		
Intermon-Oxfam. ( <a href="http://www.intermonoxfam.org">www.intermonoxfam.org</a> )		

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

Cooperativa Abacus. (www.abacus.coop)

PRODUTO: Pelota de fútbol de marca		
<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Sintético
	<b>Tipo:</b>	Caucho e látex
	<b>Tipo de procesado:</b>	Cosido e tinguido
	<b>Países produtores:</b>	Sueste asiático: China, Vietnam, etc.
<b>Impacto Ambiental:</b>	Baixo	
	Contaminación de solos	Se o caucho se acumula nos depósitos de lixo, pode tardar séculos en se degradar!
<b>Impacto Social:</b>	Medio	Salarios e condicións laborais insuficientes.
<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O caucho non é biodegradable. Mesmo así, é facilmente reciclable. Por exemplo, o caucho dos pneumáticos é reciclado para facer asfalto para as estradas, campos de herba artificial, pavimento de parques infantís, así como materiais illantes termo-acústicos. A reciclaxe optimiza mesmo a súa calidade: o asfalto mellora, porque o caucho unido ao betume fai que as estradas sexan menos ruidosas, teñan maior adherencia e filtren mellor a auga!</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>		<b>Desvantaxes</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Alta calidade e durabilidade. <input checked="" type="checkbox"/> O caucho é reciclable.		<input checked="" type="checkbox"/> O caucho provén do petróleo, material non renovable e non biodegradable. <input checked="" type="checkbox"/> Salarios e condicións laborais insuficientes. <input checked="" type="checkbox"/> Na nosa cultura da imaxe, o prezo de venda dos artigos deportivos de marca (como as pelotas) debe cubrir os gastos de marketing.
<b>Máis información</b>		
Intermón-Oxfam. (www.intermonoxfam.org)		
Cooperativa Abacus. (www.abacus.coop)		

PRODUTO: Lote de xogos tradicionais		
<b>Materias Primas</b>	<b>Orixe:</b>	Basicamente natural
	<b>Tipo:</b>	Madeira de faia e piñeiro, cáñamo (corda de saltar), caucho (diábolo), colas de orixe vexetal, pinturas e vernices de base auga.
	<b>Tipo de procesado:</b>	Ebanistaría, pintado, trenzado (cordas).
	<b>Países produtores:</b>	Cataluña
<b>Impacto Ambiental:</b>	Baixo	
	Contaminación potencial do solo e da atmosfera	Se ao final da vida útil do diábolo, este é deitado no lixo que irá ao depósito ou á incineradora, contaminará o solo ou a atmosfera, respectivamente.
<b>Impacto Social:</b>	Nulo	

## OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE

<b>Curiosidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A madeira ecolóxica é a que se extrae sen prexudicar o medio ambiente. A certificación forestal é unha iniciativa que naceu nos anos 90 a consecuencia da preocupación polo papel que xogan as explotacións comerciais de madeira no problema da deforestación. Os principais sistemas de certificación forestal a nivel internacional son o Consello da Administración Forestal (Forest Stewardship Council, FSC) e o Sistema Paneuropeo de Certificación Forestal (PEFC), que outorga certificacións de forma pouco transparente (ten pouca credibilidade). O máis importante é o FSC, porque é o único que garante a nivel mundial a preservación dos recursos dos bosques explotados, e garante a viabilidade económica (que a explotación continúe a ser rendible a longo prazo), os beneficios sociais (respectando os dereitos dos indíxenas) e a responsabilidade ambiental (non degradando o ambiente).</li> <li>• A primeira certificación, que apareceu en 1993, foi o FSC, unha organización internacional independente, non governamental e sen fins lucrativos, formada por propietarios forestais, industrias de madeira, comunidades locais e pobos indíxenas, organizacións ecoloxistas, con representación de países do Norte e do Sur a 50%.</li> </ul>	
<b>Vantaxes</b>	<b>Desvantaxes</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> O lote está formado na súa maioría por materiais naturais de orixe vexetal.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> A madeira é un material renovable, duradeiro, reutilizable, facilmente reciclable e compostable. Ademais, é de xestión sustentable porque ten a certificación forestal do FSC.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> As pinturas e os vernices utilizados son sintéticos, non conteñen metais pesados nin disolventes que emiten vapores (compostos orgánicos volátiles).</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Produto de produción local, que dá postos de traballo á nosa sociedade e evita a contaminación atmosférica e o gasto enerxético asociados ao transporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> O caucho utilizado para fabricar a peza de goma do diábolo procede do petróleo, recurso non renovable nin biodegradable.</li> </ul>	
<b>Máis información</b>		
Certificación da madeira ecolóxica. ( <a href="http://www.fsc-spain.org">www.fsc-spain.org</a> ) <a href="http://www.terra.org">www.terra.org</a>		

## ACTIVIDADES

# 3. Eu fico con...

<b>Etapa 3:</b>	<b>INTRODUCCIÓN DE CONTIDOS E ESTRUCTURACIÓN: CRITERIOS DE CONSUMO</b>
<b>Tipoloxía:</b>	Actividade de introdución de novos puntos de vista
<b>Duración:</b>	25 minutos
<b>Material:</b>	Fichas dos produtos. Táboa de avaliación. Figuras para a construción. Panos.

## OBXECTIVOS

- Reflexionar sobre os diferentes factores que inflúen nun acto de consumo.
- Tomar conciencia da responsabilidade individual e social que adquire a cidadanía fronte ao consumo, sendo conscientes das consecuencias ecolóxicas e sociais dos actos de consumo.

## DESENVOLVEMENTO

### 1. Que compramos realmente?

Aínda dispendo da información dos produtos que nos fornece o catálogo, o acto de consumir ten outras repercusións que frecuentemente non son nada evidentes nin visibles. A través desta dinámica, os grupos de participantes irán desvelando o que se esconde detrás da tipoloxía de produto que escolleron.

Cada grupo de participantes disporá da información que lles fornecerán catro personaxes próximos á súa vida cotiá (o grupo de amigos, os pais, os vendedores de tendas especializadas, os empresarios ou fabricantes do produto), a través das súas opinións sobre cal é a mellor opción segundo o seu criterio. Ademais, pódese dispor dunha información determinada, procedente dunha Web especializada no produto.

Os participantes van conseguindo esta información de maneira enleada e dispersa, e deben recollela nunha táboa de sistematización e puntuación. Unha vez recollida a información, os participantes avalían cal dos tres produtos da tipoloxía escollida é o máis adecuado para facer o regalo.

## 2. Cooperemos: a torre da información

Para conseguir os sobres coa información que fornezan os personaxes, os participantes de cada grupo deberán cooperar entre si. Cada grupo disporá de cinco figuras de construción de madeira, que deberá ir colocando co fin de construír unha torre. Para a construción da torre, vendaranse os ollos de todos os participantes, excepto os do neno ou a nena que dirixen os movementos e a colocación das pezas de cada grupo.

As pezas para a construción da torre poden ser de materiais reciclados de diferente forma (un tetrabrik, unha lata, un tubo de cartón, un rectángulo de porexpán e unha botella de plástico), se se convidan os alumnos e alumnas a que os traian das súas casas para o día do obradoiro.

Cada peza que se teña podido dispor en forma de torre representará un sobre con información dun dos personaxes.

### 2. A puntuación dos equipos

A través da información obtida, os grupos van elaborando a seguinte táboa de avaliación. O baremo de puntuación vai do -3 ao + 3, sendo -3 características moi negativas dos produtos, e + 3, características moi positivas.

-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
Moi negativo	Bastante negativo	Pouco negativo	Neutro	Pouco positivo	Bastante positivo	Moi positivo

**OBRADOIRO CONSUMO RESPONSABLE**

		Produto A	Produto B	Produto C
	<b>TIPOLOXÍA DO PRODUTO</b>	<b>NOME:</b>	<b>NOME:</b>	<b>NOME:</b>
<b>1</b>	Gustaralle			
<b>2</b>	É un produto ben avaliado socialmente (moda)			
<b>3</b>	Seralle útil e de proveito			
<b>4</b>	É de calidade. Durará tempo			
<b>5</b>	Ten boa relación calidade/prezo			
<b>6</b>	Para a súa fabricación, son utilizados poucos recursos naturais. Son recursos naturais renovables			
<b>7</b>	Durante a súa fabricación, transporte e eliminación, ten poucos impactos ambientais			
<b>8</b>	Durante a súa fabricación ten poucos impactos sociais			
<b>9</b>	O diñeiro que pagamos por el distribúese equitativamente e dunha maneira xusta			
<b>10</b>	Temos suficiente información dispoñible sobre a súa orixe, composición e produción			
	<b>PUNTUACIÓN GLOBAL</b>			

**ACTIVIDADES**

# 4. O mellor regalo

**Etapa 4: APLICACIÓN: A ACCIÓN DE CONSUMO****Tipoloxía:** Actividade de toma de decisións**Duración:** 20 minutos**Material:** Mural de avaliación.

## OBXECTIVOS

- Respetar criticamente as ideas dos outros e cooperar na realización dos traballos en grupo.
- Reflexionar sobre os diferentes factores que inflúen nun acto de consumo.
- Tomar conciencia da responsabilidade individual e social que adquire a cidadanía fronte ao consumo, sendo conscientes das consecuencias ecolóxicas e sociais dos actos de consumo.

## DESENVOLVEMENTO

### 1. Con que ficamos?

Cada grupo de participantes expón a pequena investigación que realizou en torno dos tres produtos, evidenciando os puntos fortes e débiles de cada opción, e argumentando cuál é a mellor opción de regalo.

No momento de expor as avaliacións e puntuacións dos produtos, é importante que se mencione se houbo acordo nos ítems de avaliación ou se, polo contrario, a puntuación foi motivo de desacordo no grupo.

Unha vez presentadas as conclusións de todos os grupos de participantes, iníciase un debate que debe conducir á elección da mellor solución considerada polo gran grupo aula.

O debate discutirá a existencia dalgún produto que teña en conta todos os requisitos óptimos de consumo responsable, deixando aberta a opción de os propios alumnos e alumnas proporen opcións alternativas (como facer un regalo que non implique consumo directo, ou facerlle un regalo "á man" a partir de produtos reciclados...). Desta forma, o educador ou a educadora introducen no debate outras perspectivas, como a opción de "non consumo" ou do consumo de produtos de "comercio xusto".

No debate, exploramos a necesidade e vontade de pór en marcha accións colectivas de denuncia e presión, a través de pór exemplos de campañas e accións como a "Campaña Roupa Limpa", días de folga de consumo, "O día sen coches", etc.

## AVALIACIÓN

### *Cuestionario de avaliación para o profesorado*

	Nada	Pouco	Bastante	Moito
Cres que os contidos do obradoiro son adecuados?				
O obradoiro despertou o interese do alumnado?				
O obradoiro foi útil para traballar conceptos?				
O obradoiro foi útil para traballar procedementos e valores?				
Cres que o deseño de fichas e material é atractivo?				
Cres que a información das fichas e do material de apoio é comprensible?				
Aconsellarías este obradoiro a algún/a compañeiro/a?				

<b>Destaca os 3 aspectos máis positivos do obradoiro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
--	---

<b>Indica cáles son os 3 aspectos que proporías mellorar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
--	---

<b>Outras observacións</b>	
----------------------------	--