



❖ *Actividad piloto, lúdico-educativa, abierta a todos los equipos de centros escolares que deseen participar.*



# ARAGÓN

## TALLER DEL ACEITE DE OLIVA: ELABORACIÓN, CONSUMO Y RECICLADO



**EL I.E.S. DAMIÁN FORMENT  
DE ALCORISA (TERUEL)  
Y EL C.P.R. DE ANDORRA (TERUEL)  
EN EL II ENCUENTRO DE LA RED E-CONS  
CELEBRADO EN ROMA**

# Tercer Encuentro de la RED E-CONS - Seminario de Contacto COMENIUS

SOFÍA 2007

La Red E-Cons se enmarca dentro de la acción Comenius 3 del programa comunitario Sócrates. Esta acción fomenta la creación de redes temáticas para agrupar y potenciar proyectos Comenius 1 en diferentes ámbitos de interés común. Estas redes tienen por objeto promover la cooperación y la innovación educativa en la educación escolar.

El tema fundamental de esta RED es la Educación del Consumidor. Por lo tanto, la finalidad de la Red E-Cons es impulsar la formación de los consumidores para que actúen de forma consciente, crítica, solidaria y comprometida con su entorno medioambiental; que conozcan sus derechos y que asuman sus responsabilidades en una Europa en proceso de ampliación, dentro de unos valores transversales claramente definidos.

Una de las acciones del mes de mayo fue un Seminario de Contacto, para promocionar la creación de proyectos específicos dentro de la acción «Asociaciones de escuelas Comenius», dentro del encuentro de las REDES: E-CONS y CCN, organizado por RED E-CONS, Comenius 3 (en colaboración con Consumer Citizenship Network - CCN Network-Erasmus 3) y la Agencia Nacional de Bulgaria.

Tuvo lugar en Sofía (Bulgaria), los días 9, 10, 11, 12 y 13 de mayo de 2007. Los destinatarios fueron el Profesorado de Educación Primaria y Secundaria.



Los temas a tratados fueron: Cambio Climático, Consumo Responsable, Derechos y Obligaciones de los Consumidores y Eco-Consumo. Las ponencias se desarrollaron en inglés, español y búlgaro, y los grupos de trabajo en inglés.

Como actividad complementaria se realizó una exposición de materiales didácticos y de proyectos del profesorado asistente. Además, se entregó a los asistentes, editado en papel y en CD-ROM, el Manual Básico para la Educación del Consumidor, elaborado por la RED E-CONS y traducido a todas las lenguas.

Todos los participantes recibieron material acerca de los temas del seminario, de los centros escolares participantes y de las propuestas de proyectos presentadas en el seminario.

La evaluación del seminario ha sido muy positiva, han salido varios grupos de profesores con proyectos que van a elaborar para presentar a las convocatorias Comenius.

## > EDITORIAL

La RED Española de Educación del Consumidor, goza de una salud estupenda. Sirve de referencia para otros países y ha demostrado en la coordinación de la RED E-CONS y de la Agenda Europa ser un instrumento imprescindible para el desarrollo de la Educación de los consumidores en nuestro país y fuera de él.

En este número queremos destacar los siguientes apartados:

- La celebración del Tercer Encuentro Europeo de la RED E-CONS en Sofía, del 9 al 13 de mayo de 2007.
- Destacar que en ese Encuentro se celebró un Seminario de Contacto para potenciar el desarrollo de proyectos Europeos Comenius entre el profesorado de la RED.
- La importancia que tienen para esta RED los temas abordados en el seminario: ciudadanía activa, cambio climático y consumo responsable. Temas que están en el centro del nuevo proyecto que estamos preparando dentro de la RED E-CONS.

Los educadores tenemos la obligación de desarrollar estrategias educativas para formar una ciudadanía activa consciente de que en el cambio influyen decisivamente nuestros comportamientos como consumidores responsables.

La RED no es posible sin el esfuerzo permanente de los técnicos de las Comunidades Autónomas del Instituto Nacional del Consumo, responsables en Educación del Consumidor.

LA COORDINACIÓN



Primer Semestre 2007 Nº 9

Tirada: 9.400 ejemplares

Edita: Red de Educación del Consumidor

<http://www.infoconsumo.es/eecred>

Dirección de la coordinación:

Escuela Europea de Consumidores

del Gobierno de Cantabria

c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander

[escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Coordinación de la revista:

Nieves Álvarez Martín

Coordinación para cada Comunidad Autónoma:

Gonzalo Sánchez Moreno (Cantabria)

Carmen Martínez González (Asturias)

M<sup>a</sup> José López Ródenas (Comunidad Valenciana)

Esther Álvarez Fernández (Galicia)

Alejandro Salcedo Aznal (Castilla-La Mancha)

Nekane Ribado Vitorica (Euskadi)

Ana Grande Murillo (Extremadura)

Ángel Escolar-Noriega (Madrid)

Francisca Pérez Jiménez (Aragón)

Carmen Herrero Álvarez (Castilla y León)

M<sup>a</sup> José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)

Luis Domínguez Rodríguez (Canarias)

Julià Guimerà Gargallo (Cataluña)

M<sup>a</sup> Rosa Sancho Celdrán (Murcia)

Elena Suárez Mariscal (Andalucía)

M<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez (Melilla)

Blanca Berruete Cilveti (Navarra)

Diseño de portadas: M<sup>a</sup> Isabel Gómez Bedia

Diseño y maquetación: M<sup>a</sup> Luisa Lavín Solana

Impresión: J. Martínez S.L.

Depósito legal: SA-1485-2004

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

## > SUMARIO

|                      |  |    |
|----------------------|--|----|
| CANTABRIA            | Cuarta Fase del III Plan Cuatrienal de Educación al Consumidor                     | 4  |
| ASTURIAS             | Educando en el consumo a los más pequeños  | 6  |
| COMUNIDAD VALENCIANA | Radio y Consumo  | 8  |
| GALICIA              | Comemos y Consumimos:<br>Por un consumo racional y responsable de alimentos        | 10 |
| CASTILLA-LA MANCHA   | Las basuras son un tesoro: Creamos objetos con ellas                               | 12 |
| EUSKADI              | Kontsumoa Eskoletan en el Centro Escolar Felix Serrano                             | 14 |
| EXTREMADURA          | Programa europeo de Educación SÓCRATES   | 16 |
| MADRID               | Carpa del consumidor 2007  | 18 |
| ARAGÓN               | Taller del aceite de oliva   | 20 |
| CASTILLA Y LEÓN      | Una paz de cine  | 22 |
| LA RIOJA             | Energía solar en el I.E.S. Marqués de la Ensenada                                  | 24 |
| CANARIAS             | Colegio Nuryana: Ejemplo de Consumo Responsable                                    | 26 |
| CATALUÑA             | El consumo de productos de vestir<br>EE: ¿Cómo me visto hoy?                       | 28 |
| MURCIA               | El Bus del Consumo   | 30 |
| MELILLA              | Las asociaciones de consumidores Formación de Formadores<br>Etiquetas y Publicidad | 32 |
| NAVARRA              | El foro de consumo responsable de NAVARRA  | 34 |

CAMBIO CLIMÁTICO >36

DIRECCIONES DE INTERÉS >38

RESEÑAS >39

# Cuarta Fase del III Plan Cuatrienal de Educación al Consumidor

En la Cuarta Fase del III «Plan Cuatrienal de Educación al Consumidor» en la enseñanza reglada no universitaria del curso 2006/2007 y que como en convocatorias anteriores está dirigida a todos los niveles educativos (Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional, Educación Especial y Educación de adultos) de todos los proyectos presentados han sido subvencionados un total de 45 proyectos de Centros Escolares de toda la región.

En la presente edición los proyectos deben perseguir la iniciación de los consumidores en el consumo responsable, sostenible y solidario, teniendo en cuenta cuatro bloques temáticos:

- > La economía familiar y personal en el marco social. El manejo del dinero: la generación del dinero, el presupuesto familiar y personal, el ahorro, el endeudamiento... tanto de nuestro entorno cultural como en otros.
- > La utilización racional de bienes, productos y servicios, con una especial incidencia en el uso y consumo de energía y agua.
- > La telecomunicaciones, la telefonía e Internet (información, comunicación, comercio, formación, servicios...) un reto: posibilidades y dificultades.
- > Conocimiento de derechos y obligaciones de comerciantes y consumidores para potenciar un encuentro y diálogo equilibrado basado en las buenas prácticas que benefician a ambas partes.

De los proyectos seleccionados, la mayoría procedían de los niveles de Educación Infantil (20%), Educación Primaria (22%) y Educación Especial (20%). Aunque cabe destacar que en esta convocatoria del Plan Cuatrienal han participado también el resto de niveles educativos ESO (15,5%), Bachillerato (15,5%) y Formación Profesional (7%).

Entre los temas con mayor presencia en los proyectos se encuentra la utilización racional de bienes, productos y servicios, donde se abordan objetivos como valorar la importancia que tiene un consumo responsable para nuestro entorno natural, en especial, el uso racional del agua.



Las memorias de los proyectos seleccionados deberán presentarse antes del 1 de junio de 2007. Por cada nivel educativo habrá un premio y al proyecto mejor valorado de todos ellos se le otorgará un premio a la Excelencia, además del recibido en su modalidad.

Dentro de esta convocatoria tuvo lugar, del 6 al 8 de febrero en la Escuela Europea de Consumidores, el Curso de Formación de Formadores, cuyo objetivo prioritario fue facilitar el desarrollo de los 45 proyectos aprobados, aportar recursos didácticos, conocer los proyectos y analizar las líneas de actuación en el futuro Plan Cuatrienal.

El curso estaba destinado a los miembros integrantes de los equipos que están desarrollando los proyectos aprobados.

El contenido del seminario pretendía aportar nuevos recursos didácticos, conocer cómo se desarrollan proyectos en otras Comunidades Autónomas y en otros países. Analizar las propuestas de proyectos para el futuro Plan Cuatrienal.

Los objetivos a cubrir han sido los siguientes:

- > Presentar recursos didácticos de la Escuela Europea para incentivar la participación de las familias y completar los contenidos de los proyectos.
- > Valorar la importancia de la dimensión europea y la participación activa en proyectos europeos.
- > Presentar los proyectos por centro escolar, analizando el por qué, el para qué y cómo se integra en la dinámica del centro.
- > Generar un proceso de reflexión activa y grupal, sobre los contenidos básicos de los proyectos, su idoneidad para los diferentes niveles educativos y la implicación del profesorado del centro en los mismos.
- > Reflexionar en común sobre el futuro Plan Cuatrienal.

Se ha considerado especialmente importante en este curso los aspectos que tienen que ver con la integración de los proyectos en el centro escolar y el contacto con las familias.



## PROGRAMA: CURSO FORMACIÓN DE FORMADORES. PLAN CUATRIENAL EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR 2006/2007

**Día 6 de febrero. Desde las 18'00 horas**  
*Inauguración de las Jornadas por autoridades regionales*  
*Presentación de proyectos de otras Comunidades Autónomas, para Educación Infantil, Primaria y Secundaria.*

A cargo de los profesores:  
D. José Rafael Viana Sánchez. CRA Oleana, de Caudete de las Fuentes (Valencia).  
D. Jorge Mora Salinas. IES Severo Ochoa, de Elche (Alicante).

**Día 7 de febrero. Desde las 18'00 horas**  
*Presentación de recursos didácticos útiles para implicación en el proyecto de las familias y de la sociedad. El Cuaderno Viajero.*

*Escuela Europea de Consumidores.*

D<sup>ña</sup> Nieves Álvarez Martín. Directora de la Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria  
Dirección General de Asuntos Europeos.

*Presentación de proyectos presentados al Plan Cuatrienal.*

La presentación se realizará por una persona de cada centro escolar. Respondiendo a las siguientes preguntas: ¿por qué ese proyecto?, ¿qué se va a hacer dentro del proyecto?, ¿qué se pretende conseguir?, ¿cómo se integra el proyecto en el centro escolar?, etc.

Coloquio y reflexión conjunta.

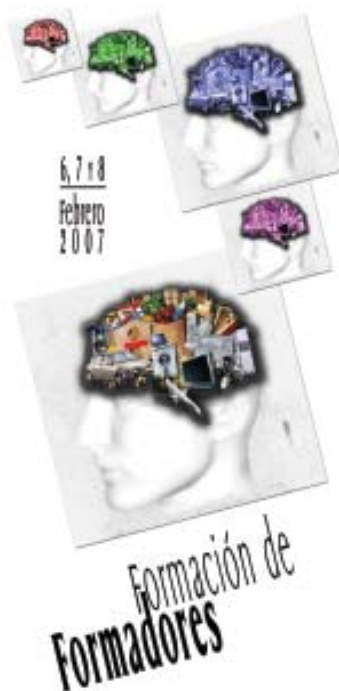
**Día 8 de febrero. Desde las 18'00 horas**  
*Presentación de recursos relacionados con la dimensión europea.*

A cargo de D<sup>ña</sup>. Claudia Lázaro del Pozo. Asesora Técnico Docente de Programas Internacionales.  
Consejería de Educación. Gobierno de Cantabria

*Presentación de nuevas propuestas para el diseño del 4º Plan Cuatrienal.*  
*Escuela Europea de Consumidores.*

Trabajo en grupos y puesta en común.

20'30 horas *Evaluación del seminario.*



EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR  
PLAN CUATRIENAL  
2006/2007



El centro de formación del consumidor de Lugones y el ciclo de FP de grado superior de E. Infantil del IES Alfonso II:

## Educando en el consumo a los más pequeños

En el curso 2000-2001 establecimos contacto con Celia, responsable en aquel momento del Centro de Formación del Consumidor de Blimea y le expusimos la idea de implicar a nuestro alumnado del Ciclo de FP de Grado Superior de Educación Infantil en las actividades programadas para el alumnado de la etapa de 3 a 6 años que acudían al centro. Desde entonces, nuestros alumnos y alumnas del primer curso de este Ciclo que se imparte en el IES Alfonso II de Oviedo vienen realizando talleres en los Centros de Formación del Consumidor de esta forma peculiar: participan conjuntamente con el alumnado de Educación Infantil en las actividades que éstos mismos llevan a cabo. Actualmente, los realizamos en el Centro de Formación del Consumidor de Lugones.

Los y las estudiantes del Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior de Educación Infantil del IES Alfonso II se forman para convertirse en Técnicos Superiores de Educación Infantil; es decir, se les capacita para programar y llevar a cabo actividades y/o proyectos que supongan la adquisición, en la etapa de Educación Infantil (0 a 6 años), de aprendizajes y hábitos, tanto en el campo de la educación formal como no formal. Uno de nuestros objetivos primordiales en el Ciclo es que tengan experiencia directa con la etapa de Educación Infantil y la posibilidad de implicarse y realizar actividades en las que puedan tomar contacto con la metodología y contenidos de esta etapa. Y por otra parte, en el currículo de la Etapa de E. Infantil y en nuestra propia programación del Ciclo, se incluye la «Educación para el Consumo» como un tema transversal (por tanto, de tratamiento obligado en la etapa) y creemos que la mejor forma de trabajarlo es participando en las actividades programadas en los Centros de Formación del Consumidor para el alumnado de Educación Infantil.

Es una actividad que está subvencionada por la Consejería de Educación, al ser una acción integrada en el Proyecto Pedagógico de Educación y Promoción de la Salud presentado por el IES Alfonso II en el marco del programa *Asturias, espacio educativo*, en estos dos últimos cursos.

### OBJETIVOS

Lo que pretendemos es que el alumnado del Ciclo:

- > active hábitos de consumo responsable, y se sensibilice al máximo en estos temas;
- > adquiera una actitud positiva y activa como futuros educadores/as para llevar a sus programaciones los contenidos de este tema transversal;
- > se familiarice con el abordaje pedagógico de los temas transversales en un contexto de educación no formal, que comprenda el sentido de la programación que realiza y la

puesta en marcha de los talleres (objetivos, metodología, evaluación);

> que tomen contacto directo con la población infantil y conozcan las posibilidades y limitaciones que tiene trabajar en la etapa de E. Infantil los temas ligados a la Educación para el Consumidor;

> que dinamicen y actualicen sus propios recursos como educadores y animadores infantiles para implicar a los niños y niñas de E. Infantil en los talleres;

### ¿CÓMO LO HACEMOS?

#### TALLERES

En la etapa de Educación Infantil se trabajan los siguientes talleres.

### ÁREA DE SERVICIOS FINANCIEROS

#### Servicios Bancarios: Asturban

Niños y niñas abren su propia libreta, con una cantidad determinada, guardando el turno, respetando las mínimas normas de cortesía y haciéndose entender. Posteriormente, tendrán que sacar dinero en un «cajero parlante», teniendo en cuenta lo que supone «ahorrar» y, a la vez, que sea suficiente para poder hacer la compra.



CFC de Lugones (curso 04-05) en el supermercado comprando.

### ÁREA DE ALIMENTACIÓN

#### Supermercado

En los respectivos centros visitantes, el profesorado elaborará con su grupo un menú tipo para cada una de las comidas del día (desayuno, comida, cena). En el caso de que no sea así, nuestro alumnado del Ciclo lo elabora en ese momento, debatiendo

con los niños y niñas lo que es sano y conveniente comer y lo que no. En el supermercado se pone en práctica los conceptos de compra y venta, completando así el taller de Asturban.

### ÁREA DE SALUD Y SEGURIDAD

#### Los peligros de la Cocina

Teniendo como referente la cocina del centro del consumidor (especialmente «desastrosa»), nuestro alumnado muestra a los niños qué es lo que está mal y por qué. Posteriormente colorearán una ficha en donde se ilustran algunos de esos peligros.



CFC de Lugones curso 04-05. Coloreando la ficha de los peligros de la cocina.

#### Los productos tóxicos

Los productos tóxicos cuentan con una serie de símbolos que son fáciles de identificar; se les muestran cuáles son y el peligro que entrañan; colorean y dibujan los que más les llaman la atención (por supuesto, la calavera).

#### Previamente, en el aula...

- > Se enmarca la actividad de los Centros de Formación del Consumidor dentro del currículo de la etapa de E. Infantil, como recursos para el tratamiento de *Educación del consumidor* como tema transversal.
- > Se explica el programa de trabajo en cada uno de los talleres: secuencia de acción, instrucciones, materiales con los que se cuenta, organización, reparto de tareas.
- > Se habla de los contenidos de cada taller: conceptos bancarios, alimentos, seguridad; se evalúan previamente los conocimientos que tienen nuestros propios alumnos; se corrigen los errores que puedan tener y se

■ cubren las carencias informativas que puedan tener.

> Se les pone en conocimiento de los conceptos previos que los niños y niñas de esta edad puedan tener acerca de los contenidos a trabajar en los talleres.

> Se recuerdan también algunos de los recursos de animación o estrategias de control de los grupos de E. Infantil, en los momentos en que no se trabajen en los talleres.

> Se elaboran los **distintivos** que cada uno de los grupos de niños va a llevar: dado que cada alumno o alumna del Ciclo conducirá a un pequeño grupo, tendrá que diseñar y confeccionar su propia tarjeta de identificación, para sí mismo y para los niños, en donde escribirán su nombre; cada uno de nuestros alumnos contará con un único motivo infantil y diferente del de los demás (personajes de dibujos animados, frutas, animales, juguetes, etc.) de manera que sea fácil identificar cada grupo y la pertenencia de todos y cada uno de los niños al suyo, en un momento determinado. Este distintivo será un «regalo» para los niños y niñas, tras la visita.

#### Durante la visita

Actualmente en el IES *Alfonso II* contamos con dos grupos de 1º curso, un total de 60 alumnas y alumnos que distribuimos en 6 turnos distintos en diferentes días (10 como máximo). A cada uno se le asignan entre 4 y 7 niños, dado que el centro educativo visitante suele contar con un número de niños y niñas entre 40 y 50. Es siempre alumnado de E. Infantil, procedente de centros educativos de toda Asturias, y pueden ser homogéneos en edad (sólo de 3, 4 o 5 años) o heterogéneos (en un mismo grupo se mezclan todas las edades).



El día asignado, el alumnado del Ciclo llega con suficiente antelación para ver *in situ* los espacios y los materiales de cada uno de los talleres. La responsable del centro da instrucciones precisas sobre cómo realizarlos y en qué orden cada uno de los grupos realizará los talleres (quiénes empezarán por Asturias y seguirán con el cajero y la compra en supermercado, terminando con los peligros de la cocina y productos tóxicos, y quiénes seguirán el orden inverso).

Cuando llega el centro educativo, se hace la distribución de los niños y niñas por alumno o alumna del Ciclo, así como la asignación de perchas que les corresponderá a cada grupo, de manera que se facilita la labor de reparto a la hora de la salida al patio y a la hora de marcharse. No sólo serán responsables de la recepción en cuanto a quitar/poner chaquetas y mochilas, sino de su higiene y todo cuando requiera en su estancia en el centro. Antes de empezar los talleres, se reúnen con ellos para presentarse y escribir los nombres en el distintivo; posteriormente la responsable del Centro reúne al grupo completo y les explica el contenido y desarrollo de los talleres y las normas; por último, empiezan a realizar los talleres por turnos y en el orden asignado a cada grupo.



En los tiempos de descanso y de espera, entretienen con canciones y juegos a los niños. En el momento del *tentempié* se encargarán de supervisar a su grupo, en hábitos, higiene y comportamiento.

#### Después de la visita: en el IES

Se realizará una puesta en común acerca de las actividades realizadas cuando todos los grupos hayan pasado por el Centro del Consumidor. Se solicita del alumnado que cubra un cuestionario de evaluación sobre la visita. Fundamentalmente, se evalúa su grado de satisfacción, la adecuación con la programación y perfil profesional, la organización de la actividad, su implicación personal y posibles modificaciones que puedan mejorar la actividad en cursos próximos. Año tras año, la valoración ha sido «inmejorable».



#### VALORACIÓN Y CONCLUSIONES

¿Por qué todo este esfuerzo personal del alumnado y profesorado? Y bien decimos esfuerzo, ya que supone una jornada intensiva de 8 y media de la mañana (en que tenemos que tomar el tren) hasta las dos de la tarde, cuando llegamos a Oviedo (algunas alumnas y alumnos, además, deben incorporarse a las clases del turno de tarde, de 3 a 9 de la noche). Como profesorado de FP específica queremos que nuestro alumnado reciba una formación teórica incardinada en la práctica, es decir, que se vea enfrentado cuanto antes a los campos profesionales o de práctica, y que haya una retroalimentación entre lo que damos en las aulas y lo que se pueden encontrar en su futura actividad profesional. Además, en contextos «reales», podemos trabajar de forma más adecuada los contenidos actitudinales, que en la Formación Profesional suponen más del cincuenta por ciento de nuestro quehacer educativo. Por ello, en actividades como éstas, estamos dando la oportunidad al alumnado de poder poner en práctica habilidades previamente expuestas en clase y modelar estas habilidades en su propia ejecución, además de desarrollar una actitud adecuada en entornos reales de trabajo.

Todo esto lo comprenden perfectamente el alumnado de nuestro Ciclo: esta actividad es una de las más valoradas y consideran que no se puede descartar en la programación de sucesivos cursos.

No podemos dejar de decir que, como profesorado del Ciclo de E. Infantil, estamos muy satisfechos con este estupendo alumnado que año tras año nos llega, y que nunca nos decepciona cuando los «enfrentamos» a este reto.

*Y last but not least*, tenemos que agradecer a Celia, la responsable del Centro del Consumidor de Lugones, por todo lo que nos ha enseñado y les ha enseñado, por lo que hemos y han disfrutado, y por hacer de su centro un excelente «laboratorio de educadores infantiles».

**Profesores del departamento de Educación Infantil del I.E.S. Alfonso II de Oviedo**

## Una experiencia del I.E.S Ramón Muntaner de Xirivella

# Radio y Consumo

### EL COMIENZO DE UN PROYECTO

El 5 de noviembre de 1.996 comenzaba a emitir en pruebas la que desde ese momento iba a ser la emisora de Radio del I.B., ahora ya I.E.S., « Ramón Muntaner » de XIRIVELLA, la **R.R.M. 94.9 FM**.

La **R.R.M. XIRIVELLA 94.9 FM** supone la culminación de todo un proceso que, como en la mayoría de las ocasiones, comienza en la propia clase y al final, y de forma sorpresiva, se nos acaba yendo de las manos a todos los participantes y se convierte en un proyecto de todo el pueblo. .

A lo largo de estos años, nuestro método de trabajo y aprendizaje se ha basado en dos principios fundamentales:

**EL DIRECTO:** todas nuestras emisiones se realizan en el momento y en riguroso directo. El único momento en que se difunde una grabación es cuando se ha realizado alguna entrevista de interés general o público y se vuelve a emitir algunos días después de su realización.

Pretendemos con las emisiones en directo que nuestros alumnos y alumnas mantengan la tensión inherente a las emisiones en directo y que la emisión sea lo más fresca y natural posible y si se producen errores, que los hay y muchos, se rectifica y se continúa la emisión.

**CREAR LA NECESIDAD:** Nuestro método de trabajo consiste en ir de la práctica a la teoría. Locutores, locutoras, técnicos y demás componentes inician su trabajo en directo en la radio con las mínimas nociones. Los lanzamos al ruedo con muy pocas corridas a sus espaldas, así que ellos tendrán que poner de su parte para aprender a torear. En lugar de enseñarles a confeccionar un guión radiofónico, les encargamos un programa de una hora de duración y de la organización que ellos hagan de ese tiempo y de esa emisión, les surgirá la necesidad de conocer cómo se hace y confecciona un guión radiofónico, sus clases, los formatos en la radio, los géneros radiofónicos, etc.

Esta experiencia ha perseguido desde el principio el desarrollo lingüístico de nuestros alumnos y alumnas desde la perspectiva oral. Ni más ni menos, ni menos ni más.

Las ventajas de poder utilizar este medio de comunicación radican en su rapidez, en su inmediatez y sobre todo en su acceso a prácticamente todos los públicos.

En la actualidad la R.R.M. Xirivella. 94.9 FM emite todos los días de la semana durante las veinticuatro horas del día, durante todo el año, excepto en los periodos vacacionales, ( agosto y Navidad ). Hoy en día la emisora es ya un referente para todo el pueblo, comarca y para todos aquellos lugares a los que llegan nuestras emisiones



### CÓMO HACEMOS LOS PROGRAMAS DE RADIO

En cuanto a su programación y confección, el trabajo realizado consta de dos grandes bloques estructurales y temáticos:

**a. Recogida y elaboración de material.** En esta parte la labor fundamental consiste en la recogida y acopio de materiales de las más variadas fuentes para confeccionar después un material fácil, asequible y sobre todo comprensible y entendible por todos y todas para su posterior emisión en antena.

En este apartado los alumnos buscan, resumen, contrastan, redactan y elaboran los guiones del material utilizado en las emisiones.

**b. La segunda parte del proyecto consiste en el adiestramiento técnico- sonoro de los participantes en la experiencia.** Aquí alumnos y alumnas se familiarizan con el medio radiofónico y sus técnicas para realizar las emisiones con el material elaborado en el apartado anterior. En este apartado se incluyen las prácticas de vocalización, lectura y emisiones radiofónicas

### UN PASO MÁS: RADIO Y CONSUMO

Prácticamente desde sus orígenes, nuestro Centro ha realizado actividades relacionadas con el consumo en sus distintas facetas: talleres, participación en actividades de la Consellería. Con el nacimiento de nuestra emisora de radio estas actividades se han intensificando y todo los años desde las ondas se ha participado en actividades estratégicas y educativas en materia de consumo. De este modo se han tratado temas como **el ecoconsumo, la publicidad, ocio y consumo los derechos del consumidor, seguridad de productos y servicios etc.**

En la actualidad todos los días se emiten consejos relacionados con la compra de la moto, adquisición de casco, reciclaje de papel y cartón, los piercings, videojuegos, tatuajes, cirugía estética, uso de teléfonos móviles, informática e internet, juegos y juguetes, entre otros materiales relacionados con el consumo



Si unimos la emisora de radio a un centro educativo, resultan una serie de coordenadas o premisas básicas en nuestros trabajos relacionados con consumo:

> Nuestro proyecto tiene como finalidad incorporar al currículum oficial del Centro la Educación del consumidor.

> Perseguimos la elaboración de unos materiales didácticos y programas radiofónicos que sirvan como recursos para el desarrollo de la Educación del consumidor.

> Realizar estudios e investigaciones relacionados con el consumo.

> Realizar y participar en actividades formativas e informativas que incidan positivamente en los actos de consumo.

> Elaborar y ejecutar proyectos destinados a la educación del consumidor.

> Desarrollar actividades que garanticen la calidad y seguridad de los bienes y servicios ofrecidos al consumidor.

> Realizar acciones dirigidas a responder a las demandas y mejoras de los servicios al consumidor mediante la implantación de las nuevas tecnologías, y en este caso. Las de tipo audiovisual.

Para realizar el trabajo expuesto en los apartados anteriores nos servimos de los materiales que nos suministran distintos organismos oficiales, la Conselleria de Universitat y ciencia, asociaciones de consumidores etc., así como de otros recursos de información general y económica: vídeos, revistas, periódicos. etc.. Todo este material ha sido simplificado en la medida de lo posible, en primer lugar para que fuese comprendido perfectamente por alumnos y alumnas con el fin de que, finalmente, la información fuese lo más clara y diáfana posible.



### LOS LOGROS OBTENIDOS

En el terreno de los logros alcanzados con el desarrollo del proyectos, queremos destacar:

> **El desarrollo lingüístico oral y escrito del alumnado:** objetivo primario y esencial del proyecto.

> **La incorporación de la transversalidad al proyecto:** se pueden abordar y tratar todo tipo de temas enfocados desde las distintas ópticas que nos facilita el currículum.

> **El desarrollo de la educación en valores:** centrados fundamentalmente en la libertad, tolerancia y respeto por otras gentes, culturas, etnias, lenguas, costumbres, consumo, etc..

> **La vinculación de los participantes con nuestro centro:** nuestro alumnado, incluso los que ya han terminado el bachillerato encuentran una nueva forma de no perder contacto con una institución que ha sido tan fundamental en su educación.

> **El fomento del trabajo en grupo y creatividad individual.**

> **Confianza, delegación y responsabilidad:** todos y todas las que participamos en esta experiencia hemos tenido que aprender a delegar funciones y tareas en los demás. Una persona sola no puede realizar este proyecto. Ni es lógico ni conveniente.

> **El desarrollo de una relación humana y social variada y heterogénea y enriquecedora.**



### VOCACIÓN DE FUTURO

En los proyectos educativos de cada centro se está integrando poco a poco la Educación del consumidor como contenido transversal prioritario. En este sentido la puesta en marcha de la Red de Educación del Consumidor supone un hito y un esfuerzo serio y responsable en este terreno.

Apostar por la incorporación real de la Educación del consumidor a la enseñanza reglada supone y debe suponer en el futuro:



> Un firme compromiso de medios, recursos y proyectos para promover que el profesorado se comprometa a impartir contenidos en este campo.

> Realizar un esfuerzo real de trabajo en común entre instituciones que tengan entre sus prioridades la Educación del Consumidor.

Nosotros queremos con nuestro proyecto contribuir a estos objetivos y en concreto colaborar para que, en la Comunidad Valenciana, mejoren de forma sólida las redes de información y asesoramiento al consumidor y que incrementen la responsabilidad y compromiso del consumidor para el ejercicio de sus derechos y la participación en la mejora de la sociedad de consumo.

Para los participantes en esta experiencia es muy importante recabar y recoger materiales de gran calidad, claridad y sencillez de exposición, pero es todavía casi más importante que la transmisión de ese material llegue de una forma nítida, clara y precisa, al público.

Por eso siempre la labor educativa primera y principal ha sido que nuestros chicos y chicas de entre 14 y 16 años entendiesen con una claridad meridiana todos estos conceptos.

Todo este trabajo es aprovechado por las personas que participan en la R.R.M XIRIVELLA, 94.9 FM. De este modo incluso los jubilados de nuestra localidad que realizan el programa **XIRIVELLEA PUNTO COM: La Tercera Radio**, basándose en el material que confeccionan nuestros chicos y chicas realizan la sección de consumo de su programa de radio.

Para desarrollar esta labor nuestro trabajo se ha cimentado sobre tres pilares básicos: **la formación, la información y la participación** del mayor número posible de sectores implicados en este tema, que, en definitiva, son y somos todos.

**JOSÉ MARÍA CASADO VERA**

Medios Audiovisuales

I.E.S. Ramón Muntaner.

XIRIVELLA (Valencia)

# Comemos y Consumimos:

## Por un consumo racional y responsable de alimentos

El CEIP Sto. Estevo de Parga desarrolló durante el curso 2005-2006 la segunda parte de un proyecto, dentro de la Red de Educación del Consumidor, que responde al título anterior.

Participaron en el mismo 57 alumnos/as de las etapas de Ed. Infantil y Primaria junto con nueve profesores/as.

Ya hemos indicado que la motivación del proyecto viene derivada del hecho de que el consumo de alimentos está sometido a los vaivenes de las tendencias y modas y a los condicionantes de la dinámica económica, por lo que es necesario una educación que independice al alumnado de las mismas en provecho de su salud.

En este segundo curso los contenidos y actividades se centraron en los alimentos de origen animal, con especial dedicación al estudio de la leche, como alimento de los primeros años de la existencia y que se mantiene a lo largo de toda nuestra vida.

Los **objetivos** pretendidos eran, entre otros:

1. Identificar las necesidades alimenticias del ser humano en relación con las características individuales y personales.
2. Identificar el **valor nutritivo** de los alimentos
3. Identificar el **origen** de los alimentos
4. Reconocer distintas formas de preparar los alimentos
5. Conocer la cultura de alimentación propia de otros sitios
6. Reconocer las **enfermedades carenciales** más importantes
7. Valorar y **corregir las desviaciones** no saludables de la forma de alimentarse
8. Identificar los **canales** de abastecimiento de alimentos
9. Poseer pautas de comportamiento responsable para adquirir los productos alimenticios en las redes de comercio.
10. Conocer la evolución de los alimentos en cuanto a su historia y tradición.
11. Poseer criterios de comportamiento ante la **manipulación** de los alimentos a la hora de consumirlos.

Se realizaron las **actividades** siguientes:

### Educación infantil:

1. Elaboraron **fichas de alimentos** de origen animal consumidos habitualmente, clasificándolos según la hora del día a la que eran consumidos y según la prelación en los menús.

2. Analizaron el animal a partir del que se elaboraba cada alimento de los anteriores, con expresión de la parte del mismo que se utilizaba y su presentación y comercialización.

3. Se confeccionaron cuadros resumen con los datos anteriores con ilustraciones, para hacerlos más comprensibles.

4. Se confeccionaron **murales** con contenido nutricional en los que se identificaba la ingesta de alimentos de origen animal en equilibrio con los demás tipos de alimentos, con una intención formativa de hábitos saludables.

5. Construyeron juegos de mesa como puzzles, dominós, lotos, aprovechando los resultados de los trabajos anteriores.

6. Se hicieron puestas en común con las observaciones experimentadas en las visitas y se sacaron conclusiones que se fueron reflejadas en paneles.

7. Se aplicaron los conocimientos obtenidos de la **visita de expertos** en trabajos murales de contenido.



Juego de encaje con menús de origen animal del alumnado de Ed. infantil.

### Educación primaria:

1. Se reconsideraron los cuadros de necesidades básicas de alimentación del ser humano con la forma didáctica de «ruedas», «pirámides» o «rombos» elaborados el año anterior para afianzar conocimientos y darle el enfoque de los objetivos particulares del presente curso.

2. Se confeccionaron **menús equilibrados**, con énfasis en los alimentos de origen animal.

3. Se crearon **menús saludables** con alimentos de origen animal y se estudiaron muchos de los platos tradicionales gallegos y de otras nacionalidades, analizando su valor nutritivo y sus inconveniencias de cara al consumo humano en general e infantil en particular.

4. Se identificaron los componentes de algunos menús en función de su manipulación culinaria de su conservación.

5. Se llevó a cabo un análisis de **etiquetas** de productos alimenticios con identificación y estudio de los contenidos e indicaciones.

6. Se estudiaron las **enfermedades de origen alimenticio** tanto las producidas por una manipulación, o conservación de ingredientes no adecuada como las producidas por errores dietéticos y también sociológicos y culturales.

7. Se valoró la importancia del mantenimiento de la cadena de frío tanto en productos congelados como frescos a la hora de su distribución y los etiquetados específicos.

8. Se hizo un completo estudio monográfico *siguiéndole la pista* a la leche, contemplándose la alimentación de los animales, la obtención de las materias, la elaboración de productos derivados, la comercialización, el envasado, la distribución, los valores alimenticios, la **elaboración culinaria, las recetas**, etc.

9. Visitaron el Centro comercial de Alcampo en Ferrol para ver las formas de comercialización de alimentos reparando especialmente en las **cadena de frío**, en los sistemas de envasado y en las fechas de caducidad de los alimentos que este año se están estudiando. Se recogieron datos para trabajar en el aula e sacar conclusiones.

10. Visitaron la Central Lechera Pascual, en Outeiro de Rei, con un protocolo de observación que contemplaba la apreciación de las distintas fases de la **manipulación de la leche**.



Visita a una granja y quesería artesanal

Todo el trabajo se orientó desde una perspectiva **interdisciplinar**, por su tratamiento en distintas áreas. Tuvo una **vertiente transnacional** al estar el centro inmerso en otros proyectos de carácter europeo y ser compartidos los resultados con centros de otros países. Tuvo también incidencia en **toda la comunidad educativa** por participar alumnado, profesorado, padres y madres y autoridades locales en la realización de las distintas etapas del mismo.

Al final, a mayores de los resultados educativos de carácter inmaterial, perdura una gran cantidad de documentos y trabajos como murales de contenidos, exposición de objetos tridimensionales, cuestionarios, tablas y cuadros de observación, pruebas de evaluación parciales y generales, entre otros, que dan idea de la dimensión alcanzada durante un curso académico de trabajo.



Sesión práctica de consumo. Visita a Alcampo en Ferrol.

Tuvimos en cuenta los siguientes Criterios de partida y de evaluación

a) Quisimos que los alumnos alcanzaran una visión global y comprensiva de las necesidades alimenticias humanas como proceso fisiológico. En todos los niveles educativos se determinaron los conocimientos de carácter básico y fundamental que se pretendían alcanzarr. El nivel de consecución fue bueno o muy bueno.

b) Quisimos poner especial énfasis, con gradación de objetivos, en las desviaciones del hecho de comer, con inculcación de **hábitos higiénicos** e esta función, en la dieta y evitando las desviaciones alimenticias y nutricionales. Se establecieron los modelos de evaluación con items especialmente significativos.

c) Se valoró la relación entre los actos de alimentación con la propia cultura la de otras regiones europeas. Pensamos que se alcanzó un buen grado de conocimiento, de concienciación de la pluralidad en las distintas formas de enfrentarse a este hecho.

d) Se comprobó la madurez del alumnado como **sujetos de consumo**. La propuesta de situaciones de conflicto de las que tenían que obtener un patrón de conducta, dio como resultado que los alumnos se enfrentaran a la realidad del consumo diario en el que es necesario poseer criterios y normas para saber enfrentar las situaciones que la oferta nos propone.

e) Quisimos valorar especialmente en este curso el conocimiento de alimentos básicos como la leche atendiendo al más amplio sentido y en las múltiples facetas en las que se deriva a la hora de consumirla.

# Las basuras son un tesoro: Creamos objetos con ellas



## MOTIVACIÓN:

El desarrollo integral del niño@, comienza desde la edad infantil, desde su entorno más cercano debe ser capaz de comprender el mundo que le rodea y como él forma parte del mismo, y como a su vez el puede «influir» en él. Con esta reflexión parte este proyecto que se va a desarrollar siendo capaces niño@s de 3-4 años de educarles para ser consumidores responsables y coherentes con el medio ambiente. Introduciéndoles, sin ellos claro está saberlo, en las cuatro R: reducir, recuperar, reutilizar y reciclar.

## TEMPORALIDAD Y ESPACIO:

Curso de 3 años de educación infantil, Edificio Rosell, el cual pertenece al Colegio Público Cristóbal Colón de la localidad de Quintanar de la Orden (Toledo), este año debido al número de matrículas de deben acomodar en dicho edificio dos aulas prefabricadas, sobre una de ellas llevaremos a cabo nuestro proyecto.

El curso es el 2006/2007. Educadora especialista en Infantil Dña. M<sup>a</sup> Luisa Alonso, junto con los niños la protagonista y artífice del proyecto.

## OBJETIVO GENERAL:

Conservar nuestro medio ambiente, potenciando la imaginación y la psicomotricidad final.

Concienciar a todos los niños y niñas de este aula en que todos nos puede volver a servir.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Colaborar a conseguir un medio ambiente más saludable.

Acercar a los niños a participar en la problemática de los envases.

Crear actitudes positivas de reciclado y retornalidad

Conocer los diferentes materiales que componen la basura y sus posibilidades de reutilizar

Actitud positiva hacia la conservación del entorno medioambiental.

Crear objetos interesantes para el niño y útiles para él.

## RECURSOS:

HUMANOS: Niños, educadora de Infantil.

MATERIALES: tijeras, pegamentos, envases, embalajes, cajas de cartón, botellas de plástico, folios utilizados, latas de refrescos, papel de regalo utilizado, etc.

## ACTIVIDADES:

Construcción de objetos a partir de materiales de desecho, como:

- > Guarda fichas con cajas vacías de cartón de ropa
- > Portalápices con vasos vacíos de cacao de plástico de untar
- > Guarda telas, hilos, etc con botes de plástico de golosinas
- > Instrumentos musicales:
  - > Maracas con botes de metal de refrescos.
  - > Maracas con botellas de plásticos
  - > Guitarras con botellas de plástico, gomas, etc.
- > Estanterías-armarios con cajas vacías de cartón de detergentes
- > Marionetas con vasos vacíos de plástico de yogur
- > Mariquitas con tarrinas de plástico vacíos de natillas
- > Papel utilizado por una cara para utilizar la otra, para pintar o envolver
- > Cestas o deposita todo con cajas de plástico de frutas



## EVALUACIÓN:

El interés en la creación, mediante la observación directa serán los métodos para observar el grado de adquisición de los objetivos propuestos, que se continuarán trabajando a lo largo de toda la etapa de educación infantil.

Esta actividad no sólo se queda en el aula sino que llega a las familias que tienen que colaborar aportando los materiales pudiendo comprobar sus resultados posteriormente.



# Kontsumoa Eskoletan en el Centro Escolar Felix Serrano

La comunidad escolar del centro de primaria Felix Serrano de Bilbao ha llevado la educación en consumo al centro a través del programa de educación en consumo Kontsumoa Eskoletan. A lo largo de dos semanas profesorado, alumnado y padres y madres han colaborado con un objetivo común: mejorar conocimientos y actitudes para actuar como personas consumidoras críticas y responsables en los diferentes ámbitos de consumo cotidianos.

El alumnado del centro, con la asistencia del profesorado, ha participado en 38 talleres de consumo, impartido por educadores y educadoras del programa Kontsumoa Eskoletan, trabajando 10 temas diferentes.

Uno de los talleres realizado ha sido «Los derechos de la persona consumidora»:

Los objetivos de este taller son:

- > Conocer todos Los conceptos relacionados con el consumo: persona consumidora, persona usuaria, derechos, responsabilidades, reclamaciones.
- > Ser conscientes de nuestras responsabilidades a la hora de consumir para poder hacer valer esos derechos.
- > Saber como hacer una reclamación.
- > Conocer el funcionamiento del sistema de arbitraje.

Al comienzo el alumnado de 4º curso dice no ser consciente de los derechos y responsabilidades que tienen como personas consumidoras.



## NUESTROS DERECHOS como personas consumidoras

- > SALUD Y SEGURIDAD
- > PROTECCIÓN DE LOS INTERES ECONÓMICOS Y SOCIALES
- > PROTECCIÓN JURÍDICA Y REPARACIÓN DE DAÑOS
- > INFORMACIÓN
- > EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
- > REPRESENTACIÓN, CONSULTA Y PARTICIPACIÓN
- > USO DE LAS 2 LENGUAS OFICIALES

El taller se plantea como un juego de rol en el cual el alumnado juega, tanto el papel de persona vendedora como el de compradora. Durante el desarrollo del juego surgen diferentes conflictos que el alumnado debiera resolver con los medios y vías de las que disponemos.

En el programa «Kontsumoa Eskoletan» el alumnado siempre trabaja en grupos pequeños. En este caso cada grupo recibe un producto (una imagen del mismo), que deberá vender. Para ello la pintarán, decorarán y añadirán las características que deseen. Asimismo, por detrás de la imagen escribirán, con ayuda de los educadores y educadoras de consumo, el problema que la persona compradora se encontrará.

Unos grupos ponen el precio y algunas características al producto, otros, las y los clientes, adquieren el producto o servicio

A continuación se llevará a cabo la compra-venta. Unos grupos comprarán a otros, pagando y recibiendo los correspondientes tickets o facturas.

Una vez comprados los productos, darán la vuelta a las imágenes y se encontrarán con el problema; el producto es defectuoso, nos han cobrado de más, etc.



Un cliente se dará cuenta de que no han respetado uno de sus derechos:»Nos han vendido un reloj de oro por 2999,99 euros , pero nos han engañado, ¡se le ha quitado el color, no es oro!

En un panel se expondrán los derechos de la persona consumidora, con un ejemplo de cada uno de ellos. Cada grupo de alumnos y alumnas deberá decidir cuál de ellos es el que en su caso se ha incumplido y con él en la mano irá a reclamar al equipo que le vendió el producto. Para hacerlo utilizarán las vías de las que disponemos; acuerdo amistoso, hoja de reclamación, sistema arbitral de consumo y vía judicial.

Finalizado el taller se entrega al profesorado material complementario para continuar trabajando los temas en el aula.



Una vez finalizado el taller y analizados los derechos y responsabilidades hay opiniones diferentes respecto a la importancia de unos u otros:

**Pregunta:** Entre los derechos y responsabilidades, ¿creéis que hay alguno que tiene mayor importancia?

**Marina San Salvador, 10 años:** «Yo creo que todos los derechos son muy importantes, el arreglo y pago de los daños es muy importante ya que ante un imprevisto grave te puedes quedar sin tus bienes.

**Teresa Mugika, 9 años:** «Yo creo que no hay nada más importante que la salud, por eso el derecho más importante es la protección de la salud y la seguridad.

**Borja Diego, 9 años:** «A mi no me gustan los timos, por lo tanto la protección de los intereses sociales y económicos me parece importante.

Finalizado el taller el profesorado cuenta con material complementario para continuar trabajando los temas en el aula.

### LOS PADRES Y MADRES TAMBIEN EN EL AULA

31 padres y madres del centro escolar Felix serrano de Bilbao han participado en el taller práctico «Pautas de alimentación en la infancia y la adolescencia»

Mediante dinámicas prácticas y participativas padres y madres del alumnado, han trabajado los siguientes contenidos:

- **La rueda de los alimentos.**
- **Las enfermedades derivadas de carencias nutricionales.**
- **La importancia del desayuno.**
- **Los aditivos alimentarios.**

Se les han proporcionado pautas claras y sencillas, intentado solucionar dudas cotidianas que habitualmente surgen entre padres y madres:

«La comida natural es la más sana...»

«No se debe utilizar la comida como premio o castigo...»

«Comer es uno de los primeros comportamientos sociales de la infancia, debéis transmitir disciplina, comportamientos adecuados y hábitos de higiene...»

«Una dieta equilibrada debe proporcionar un 60% de Hidratos de carbono, 15% de Proteínas y 25% de grasas. El desayuno debe ser un 25% de nuestra ingesta diaria, la cena otro 25% la comida un 40% y la merienda un 10% .

**Lidia Lizarraga, madre de un alumno de 4 curso nos da su opinión:**

#### ¿Que esperabas aprender en este taller?

A decir verdad, este tema me preocupa mucho. Intento comprar productos adecuados pero muchas veces tengo dudas, entender las etiquetas resulta complicado. Siendo un programa sobre consumo pensaba adquirir habilidades a la hora de comprar ciertos productos.

#### ¿La información recibida ha sido util?

Si, nos han dado pautas utiles, además es muy importante para los padres y madres recibir información sobre alimentación.

#### ¿Que citarias como curiosidad?

Que muchos productos milagro que se venden son un simple reclamo publicitario. Muchos juegan con la responsabilidad que tenemos los padres y madres con la alimentación de nuestros hijos e hijas.

#### Quieres proponer otro tema para trabajar

Me parece importante trabajar como tratar en casa ciertos valores que tiene que ver con el consumo. A mi, por ejemplo, me cuesta explicar a mis hijos porque no podemos comprar todo. Siempre les digo que es conveniente comprar lo que es necesario, aunque se tenga dinero, no entienden porque no pueden comer un helado todos los dias, porque si sus amigos meriendan un bollo ellos tienen que merendar fruta...de verdad me parece muy importante la educación en consumo y los padres y madres necesitamos pautas claras y concisas.

# Programa europeo de Educación SÓCRATES

por M<sup>a</sup> del Carmen Agudo Ballesteros

Con motivo de la finalización, en el periodo estival, de algunos de los Proyectos COMENIUS, englobados en Proyectos Europeos de carácter Educativos, como es el Programa Sócrates. La Consejería de Educación ha otorgado premios de reconocimiento a algunos de estos Proyectos ya finalizados y llevados a cabo en diferentes Centros Educativos de nuestra Comunidad Autónoma.



La entrega de los mismos se ha efectuado el pasado 9 de noviembre en Mérida, durante la «**Jornada Sócrates**», organizada por la Consejería de Educación, concretamente por la Dirección General de Política Educativa.

En éstas Jornadas y a invitación de la organización, la Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria, de la Consejería de Sanidad y Consumo, ha contado con un espacio de tiempo dentro del desarrollo de las mismas, con la finalidad de dar a conocer el Proyecto Comenius 3, del que forma parte la Red de Educación del Consumidor, y en la que, forma parte como socio del proyecto desde el año 1.997 la Consejería de Sanidad y Consumo.

Dado el aforo representativo, formado por directivos, profesores, directores, padres, alumnos, miembros de la comunidad educativa y representantes de la educación en general, aglutinaba el marco idóneo para dar a conocer la Red de Educación del Consumidor. Para ello hemos contado con la participación de una de las figuras que lleva al frente de esta tarea más de 30 años, Nieves Álvarez Martín, Directora de la Escuela Europea del Consumidor.

Con sus dotes pedagógicas y experiencia docente, ha conseguido que los maestros, profesores y educadores de niños, jóvenes y adultos tengan una visión fundamental de lo que es el consumo y de lo que representa la educación en un consumo responsable.

Durante el transcurso de la jornada hemos conocido los diferentes proyectos desarrollados por diferentes centros educativos y entidades de distintas localidades de nuestra región, así como la experiencia vivenciada de algunos de los participantes en los mismos; desde la óptica de alumnos, padres, profesores, directores y otros miembros de la comunidad educativa. Algunos de los temas desarrollados están muy vinculados con temas del binomio consumo – salud, medio ambiente, reciclaje...

Al objeto de continuar trabajando con los escolares y población en general, en materia de consumo, e ir formando a los niños y jóvenes en un consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente, sería deseable que tanto las Consejerías de Educación como la de Sanidad y Consumo, participaran con más asiduidad en encuentros similares, e incluso mantener una coordinación plasmada en una comisión, desde donde se pudiera poner en marcha, un Programa de Educación al Consumidor para llevar a cabo actividades de consumo en la totalidad de los municipios de nuestra Comunidad Autónoma.

No debemos de dejar de hacer mención a los diferentes centros galardonados en torno a los cuales, ha girado la jornada celebrada y a los que animamos para que continúen en esta elogiada tarea.







## EVALUACIÓN FINAL 2006 SÓCRATES

### COMENIUS 1.1

|                                    |                       |
|------------------------------------|-----------------------|
| C. P. Ntra. Sra. del Consuelo      | LOGROSÁN              |
| C.E.I.P. Manuel Jesús Romero Muñoz | LOS SANTOS DE MAIMONA |
| C.R.A. El Manantial                | ESCURIAL              |
| C. P. Ntra. Sra. de Sopetrán       | ALMOHARÍN             |
| I.E.S. Valle de Ambroz             | HERVÁS                |
| I.E.S. Gonzalo Torrente Ballester  | MIAJADAS              |
| I.E.S. San José                    | BADAJOS               |
| I.E.S. Donoso Cortés               | DON BENITO            |
| I.E.S. Mario Roso de Luna          | LOGROSÁN              |

### COMENIUS 1.3

|                        |        |
|------------------------|--------|
| I.E.S. Valle de Ambroz | HERVÁS |
|------------------------|--------|

### GRUNDTVIG 2

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| Aula E.P.A. Centro Penitenciario | BADAJOS |
|----------------------------------|---------|

# Carpa del consumidor 2007

La Carpa del consumidor es un espacio donde los ciudadanos pueden participar en actividades educativas, conocer materiales e informarse sobre el ejercicio de los derechos y buenas prácticas propios de un consumo responsable. En ella hay acciones diseñadas para colectivos específicos en las que el componente lúdico se integra en el conocimiento más adecuado de los temas correspondientes.

Informar a los ciudadanos sobre el ámbito del consumo es una actividad cuya conveniencia nunca deja de estar indicada. Las nuevas generaciones precisan este conocimiento entre el conjunto de todos los que deben adquirir para su mejor participación en la vida social; los demás precisamos con frecuencia actualizar estos conocimientos para tomar mejores decisiones en nuestro desempeño cotidiano.

Un esfuerzo en este sentido es la Carpa del consumidor, un proyecto realizada mediante la colaboración entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid por segundo año consecutivo. La Carpa del consumidor ha estado abierta durante la semana comprendida entre el 12 y el 18 marzo, coincidiendo por tanto con el Día del consumidor, el 15 de marzo, en la plaza de Felipe II, un céntrico lugar de la ciudad de Madrid.

La carpa es un espacio cubierto, no permanente, en cuyo interior, de 800 metros cuadrados, se han realizado durante los siete días de su funcionamiento diversas actividades, algunas de ellas informativas o de exposición de productos retirados de la Red de Alerta, pero también actividades directamente educativas, orientadas a determinados grupos de consumidores. Los criterios con que se han elegido estas actividades han sido: (a) la claridad en el tratamiento de los contenidos, (b) la amenidad en su exposición, (c) la consolidación del recuerdo de lo aprendido.

La *Gymkhana de consumo* ofrece, sobre un espacio de 200 metros cuadrados, nueve temas relacionados con consumo y con otros aspectos de la realidad social que chicas y chicos recorren en grupos pequeños hasta finalizar el circuito completo. El taller de consumo sostenible ofrece un conoci-

miento de los suministros domésticos, de las características de los electrodomésticos y de las prácticas de su utilización que contribuye a una utilización prudente de los mismos.

La tendencia de tantos adolescentes al uso desproporcionado del teléfono e internet ha llevado a incluir un taller con vocación preventiva, orientado a estimular un empleo razonable de esos medios entre este grupo de usuarios.

Los problemas generados por una alimentación guiada por modas de diferente orientación o desde propósitos que ignoran lo conveniente a una nutrición sana y placentera, priorizando modelos de supuesta belleza, ha llevado a incluir un taller educativo sobre estos temas.

Para los consumidores de mayor edad se ha preparado una actividad que combina la información sobre ciertas malas prácticas con el humor: Es el *taller-teatro de sensibilización contra el fraude*. En él, mientras una persona experta revisa algunos temas como los productos milagro o la utilización de embalajes desproporcionados, dos humoristas destacan con bromas el absurdo de estas situaciones. El resultado es que la audiencia, mientras fija su atención sobre los aspectos presentados, pasa un momento divertido que contribuye a mantener el recuerdo de buena parte de la información recibida.

La actividad para niños y jóvenes discapacitados trata varios temas de consumo adecuándolos a sus características. A ellos se dedica la actividad principal de la Carpa durante todo un día. Coincidiendo con este motivo se presenta una colección de libros hablados sobre consumo responsable.

Además, diversos juegos situados en el perímetro interior de la Carpa favorecen una participación activa de los visitantes del recinto, más allá de la posibilidad de recoger información escrito o de realizar consultas en los ordenadores previstos al efecto.

Durante esta semana, dedicada al conocimiento de unas prácticas de consumo responsables y conscientes de los derechos y obligaciones propios de cada situación, se ha presentado el número 7 de la revista *Consumadrid*, editada por la Dirección General de Consumo. En ella se incluye un artículo de quince páginas: «Las cien preguntas más frecuentes de los consumidores», donde se recogen sintéticamente muchas de las dificultades más habituales que se presentan al consumidor, así como las respuestas correspondientes. Estas preguntas aparecen también, bajo otro formato, en el portal *Consumadrid* que se encuentra en la página institucional *madrid.org*.

Un dispositivo como la Carpa del consumidor, incluso a una escala más modesta, puede ser un excelente mecanismo para ofrecer durante un periodo de tiempo limitado una actividad educativa / informativa intensa a los ciudadanos, pudiendo incluir acciones específicas adecuadas a distintos tipos de consumidores, algo que puede realizarse en los lugares más variados. El resultado de esta Carpa, realizada en un espacio público de Madrid según las características descritas, ha sido francamente satisfactorio tanto para los asistentes como para los organizadores.

## Actividades educativas en la Carpa del consumidor 2007

- > Gymkhana de consumo: alumnos de 3º, 4º y 5º de Educación Primaria.
- > Taller de consumo sostenible «La casa responsable»: niños y adultos.
- > Taller de prevención del uso indebido de telefonía e internet: alumnos de primero de secundaria.
- > Taller sobre alimentación saludable y prevención de trastornos alimentarios: alumnos de primaria y secundaria.
- > Taller-teatro de sensibilización contra el fraude: adultos, en particular mayores.
- > Actividades adaptadas de niños y jóvenes con discapacidades.
- > Diversos juegos divulgativos sobre derechos de los consumidores, arbitraje, otros: adultos.

# Taller del aceite de oliva

El IES Damián Forment de Alcorisa (Teruel) y el C.P.R. de Andorra (Teruel) en el II Encuentro Europeo de la RED E-CONS celebrado en Roma.

En el II ENCUENTRO EUROPEO DE PROFESORES DE LA RED E-CONS, celebrado en Roma los días 26, 27 y 28 del pasado mes de octubre, dos profesoras aragonesas, Joaquina Melero Gracia, jefa del Departamento de Física y Química del IES Damián Forment de Alcorisa y Olga Valiente Francés, directora del Centro de Profesores y de Recursos de Andorra, participamos representando a la Comunidad Autónoma Aragón con la experiencia: «TALLER DEL ACEITE DE OLIVA: Elaboración, consumo y reciclado».



Esta propuesta partió de la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón y fue apoyada por el Servicio Provincial de Educación, Cultura y Deporte de Teruel, provincia en la que ejercemos.

El IES Damián Forment de Alcorisa pertenece a la Red Española desde hace varios años, incorporándose por tanto, al proyecto Red E-CONS, y al igual que el CPR de Andorra también ha realizado múltiples actividades en colaboración con la Dirección General de Consumo.

Presentamos la experiencia el viernes 27 de Octubre, dentro del bloque temático nº 3: Desarrollo sostenible.

Este proyecto se lleva realizando desde hace cuatro años con los alumnos de 4º de ESO, dentro de la asignatura optativa *Introducción a la Química Industrial* en el IES Damián Forment de Alcorisa; así mismo, en el CPR de Andorra, llevamos a cabo durante el pasado curso escolar, el mencionado Taller, para todo el profesorado adscrito a este centro interesado en el tema.

Este taller pretende dar a conocer la Historia, cultivo y recolección de la oliva, así como realizar la elaboración del aceite de oliva virgen siguiendo el método artesanal, analizar su calidad y rendimiento, determinar su composición y su aportación a la dieta mediterránea. Respecto al consumo descubrir sus propiedades en la cocina (es el único que puede ser reutilizado, fríe y no cuece...), en la salud (para quemaduras, acné, estreñimiento, disminuye el colesterol...). Respecto al reciclado del aceite doméstico usado, se realizan campañas de sensibilización, de recogida del aceite usado y de elaboración de diferentes tipos de jabones. Además, también se realizan variadas actividades de investigación, y se elaboran otros productos derivados tales como: patés de olivas, aceites aromatizados para condimentos, salsas a base de aceite de oliva, remedios curativos, etc.

Todo esto se ha recogido en una unidad didáctica publicada con el título: **«EL ACEITE DEL BAJO ARAGÓN: Taller de elaboración, consumo y reciclado»**, que consta de un libro del profesor y un cuaderno de actividades del alumno para trabajar en secundaria y un libro del profesor y un cuaderno de actividades del alumno adaptado al nivel



de primaria. Estos materiales pueden solicitarse de forma gratuita al Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Aceite del Bajo Aragón, en Alcañiz, que junto con las entidades ADIBAMA, CEDEMAR Y OMEZYMA, sufragaron los gastos de la publicación.

Gracias a este encuentro de profesores, esta experiencia ideada y surgida de centros de enseñanza turolenses, se ha podido difundir a otros centros educativos europeos y españoles.

Fue muy bien acogida por los participantes, y recibimos múltiples felicitaciones por la original exposición y trabajo de sensibilización y fomento de la alimentación saludable y el respeto al medio ambiente.

Esperamos que este proyecto se pueda llevar a cabo en otros países y comunidades autónomas, ya que uno de los objetivos de este encuentro, además de intercambiar experiencias, era conseguir centros europeos «socios» para seguir trabajando y colaborar en proyectos comunes.

**Olga Valiente Francés**  
**C.P.R. DE ANDORRA**  
 Paseo de las Minas, s/n  
 44500-ANDORRA (Teruel)  
 978 842 144

**Joaquina Melero Gracia**  
**IES DAMIAN FORMENT**  
 c/ Miguel de Cervantes, 1  
 44550-ALCORISA (Teruel)  
 978 840 734



# Una paz de cine

El «Colegio Divina Pastora» de León elaboró una Campaña Publicitaria con un objetivo claro a conseguir: «Promover la paz mediante la resolución pacífica de conflictos». (Breve descripción del proyecto por D<sup>a</sup> Mercedes Fuertes Borregán).



## ANTECEDENTES

En toda la ESO llevamos a cabo tutorías en las que abordamos los mecanismos que influyen en las decisiones que tomamos. Por ello tocamos el tema de la publicidad, como consigue influir en nuestros gustos y dirigirnos hacia el consumo.

Surgió así la idea de elaborar una campaña publicitaria en la que trabajáramos un valor necesario en la sociedad actual: «La paz, la ausencia de conflictos».

Como educadores queremos mostrar a nuestros alumnos un futuro en el que la paz y la no-violencia sean una realidad para todos los seres humanos, el aumento de los conflictos en diversas partes del mundo hacen de gran importancia la reflexión y la acción para construir y fortalecer una cultura de paz en la sociedad, y donde mejor para asegurar esos buenos cimientos que en los centros escolares.

Pensamos por tanto en anunciar, «intentar vender», a todos los que caminan por nuestros pasillos, esta cultura de paz.

Uno de los mayores problemas al lanzarnos al mercado de la publicidad fue el coste económico que supondría llevar a cabo una campaña de este tipo, por ello surgió la idea de aprovechar los carteles que anuncian películas de cine, los cuales podríamos conseguir fácilmente, y que nuestros alumnos los modificaran para responder a las siguientes expectativas:

- > Fomentar la educación para la paz, la solidaridad y la tolerancia.
- > Proteger y respetar todos los derechos humanos.

## OBJETIVO GENERAL

Con las actividades que se plantean en esta Unidad Didáctica, pretendemos que los alumnos reflexionen sobre la paz y la ausencia de conflictos, y se involucren para conseguirla en el colegio, utilizando la publicidad como una manera de comunicarse con los demás estudiantes del centro.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS REFERIDOS A CONCEPTOS, PROCEDIMIENTOS.

El alumno deberá ser capaz de:

- a) Reflexionar sobre textos y frases relativas a la paz y ser capaz de argumentar sus reflexiones.
- b) Ampliar el vocabulario con términos del campo semántico de «paz».
- c) Expresar claramente su rechazo a la violencia de forma escrita y plasmarlo en carteles publicitarios.
- d) Conocer el grupo de consumidores a los que va dirigida la campaña.
- e) Conocer y utilizar técnicas usadas en publicidad para hacer llegar su mensaje.

## DESTINATARIOS

El Segundo Ciclo de la Educación Secundaria y Bachillerato.

## DURACIÓN

A lo largo de tres sesiones de tutoría, cada una de 55 minutos.

## MATERIAL

Ordenador, impresora, carteles publicitarios de películas de cine, papel charol, cartulina, folios de colores, temperas, rotuladores, escáner.

## EJES TRANSVERSALES

Educación por la Paz y los Derechos Humanos  
Educación para el Consumo

## DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Para la **primera sesión** trabajamos la «Educación para la Convivencia y la Paz», presentando a los alumnos frases relacionadas con la paz, consistía en leerlas, analizarlas, averiguar quien era su autor y buscar información sobre el mismo.

En la **segunda sesión** abordamos el tema publicitario analizando los siguientes objetivos:

- > **Específicos:** Promocionar las acciones encaminadas a lograr un clima escolar con ausencia de conflictos violentos.
- > **Cuantificables:** No sirve el que digamos tenemos que mejorar el clima escolar sino que tenemos que disminuir el número de conflictos después de cierto periodo de tiempo.
- > **Definidos en el tiempo:** La campaña se llevará a cabo en el segundo trimestre del curso escolar 2005-2006.
- > **Delimitados a un mercado:** Grupo de consumidores, por supuesto nuestro alumnado.



- > **Alcanzables:** Es importante que sean realistas. Planteamos esta campaña para motivar a nuestros alumnos y mantener un clima de diálogo en el centro.
- > **Motivadores:** La motivación de los responsables de lograr los objetivos es fundamental. Por tanto el objetivo debe suponer un reto.
- > **Encaminados a la implicación:** Que los propios alumnos lleven a cabo la campaña para sentirse parte importante de ella, no son solo el público al que lo dirigimos. Son los actores principales de este proyecto.

En la **última sesión** los alumnos trajeron carteles publicitarios de películas de cine, pensaron en como modificar títulos o mensajes presentes en ellos, promoviendo iniciativas encaminadas a lograr la paz y mejorar el clima de convivencia en el centro escolar.

Al cambiar los carteles se tuvo especial cuidado para que quedaran con el mismo estilo, formato, color o tipo de letra.

Luego se colocaron en todo el centro escolar situándolos en lugares visibles para todo el alumnado.



## LOS RESULTADOS:

El nivel de implicación del alumnado fue altísimo, conseguimos los carteles de cine de los videoclubes de la zona y casi todos los alumnos trajeron uno a clase.

De las tres sesiones llevadas a cabo la última, elaborar sus carteles, fue en la que alcanzamos mayor motivación. Así como ponerlos por todo el colegio y ser felicitados por los demás miembros de la Comunidad Educativa, profesores, alumnos de cursos inferiores, padres.

Los alumnos se sintieron parte importante de la vida escolar y se preocuparon, durante todo el tiempo que duró la campaña, del mantenimiento de los carteles.

Esperamos que con iniciativas como ésta, **nuestro alumnado se implique más en el mantenimiento de un clima escolar agradable y libre de conflictos, y sea no solo receptor de mensajes publicitarios sino también creador de los mismos.**



# Energía solar en el I.E.S. Marqués de la Ensenada

En nuestra vida diaria los seres humanos consumimos una cantidad importante de energía para desplazarnos, cocinar, calentar o refrigerar viviendas, etc. El consumo energético de combustibles (no renovables fundamentalmente) a través de la historia humana ha experimentado un incremento importante, debido principalmente a una mejora del nivel de vida y del bienestar.



Por el contrario, nuestro planeta funciona con energía solar: el ciclo del agua, las corrientes oceánicas, los vientos, la fotosíntesis, en definitiva, la vida entera es posible en la Tierra gracias a la energía que produce el Sol. Sin embargo, pese a ser la fuente de energía por excelencia, el hombre no ha aprovechado adecuadamente este inmenso recurso para satisfacer las necesidades propias de la vida moderna. Hasta hace poco, dificultades técnicas impedían la utilización generalizada de esta energía, hoy sólo trabas de tipo político y/o comercial obstaculizan su desarrollo. Es necesario eliminar estas barreras y promover el uso de una fuente de energía que, además de económica, es respetuosa con el medio ambiente.

## ¿Por qué promover la instalación de energía solar en un centro educativo?

Todos somos conscientes de que el futuro de toda sociedad depende, en gran medida, de la calidad educativa y humana de nuestros alumnos y por ello los centros de enseñanza no pueden ser ajenos a este reto: EL RETO.

Los centros educativos no están únicamente, para procurar a los jóvenes un adecuado futuro profesional. Nuestra tarea fundamental es educar, formar. Dentro de esta formación están, sin lugar a dudas, el infundir en nuestros alumnos la reivindicación de la libertad responsable, la defensa de los derechos humanos, el respeto por la Naturaleza, el fomentar en ellos hábitos de consumo racional, el promover actitudes que permitan en un futuro una vida más saludable,... Creemos que este cambio de hábitos sólo es posible gracias al carácter trans - formador de la educación. Por ello, nos propusimos lograr que el **I.E.S. Marqués de la Ensenada** funcionara con la energía del Sol, y así contribuir a ese cambio de actitudes. No sólo se hablaría de energías alternativas en las clases, bien a través de las áreas transversales o bien en la optativa

específica, sino que las propias clases funcionarían, en parte, gracias a una de estas fuentes de energía. Y nada hay más educativo que el propio ejemplo.

En un mundo en el que la degradación de los espacios naturales es algo demasiado frecuente, utilizar energías limpias es un objetivo de primer orden para cualquier ciudadano sensible, y entre estos nos incluimos muchos profesores, padres y alumnos del I.E.S. Por ello, hemos querido inculcar estos valores a nuestros jóvenes, aprovechando no sólo las ventajas naturales de esta energía (nuestro país es privilegiado, en lo que al sol se refiere), sino también con la oportunidad que se abre tras la legislación sobre conexión de las instalaciones solares fotovoltaicas a la red de baja tensión, según los Reales Decretos 2818/1998 de 23 diciembre y 1663/2000 de 29 de septiembre.



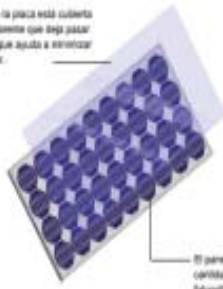
## Proyecto red de escuelas solares

En el **Día del Sol de 1997** Greenpeace junto con el Instituto para la Diversificación y Ahorro Energético (IDAE) **dieron a conocer la creación de una red de «escuelas solares»**. Este Proyecto nació para derribar las barreras existentes para una generalización del uso de la energía solar ya que los tejados solares fotovoltaicos podrían producir la cuarta parte de la electricidad que consume nuestro país y reducir hasta en un 20% las emisiones de CO<sub>2</sub>.

La organización ecologista asesora y coordina la instalación de los paneles solares y ofrece, también, herramientas educativas. Por su parte el IDAE se encarga de los aspectos técnicos y de las negociaciones con la Administración y las compañías eléctricas que posibiliten las instalaciones y su conexión a la red. El **I.E.S. Marqués de la Ensenada** forma parte de esta red desde el principio y fruto de ello ha sido la colocación en el tejado del Instituto de una instalación de 2,5 kW.



La parte superior de la placa está cubierta con un vidrio transparente que deja pasar la radiación solar y que ayuda a mantener las partículas de calor.



El panel está formado por una cantidad determinada de células fotovoltaicas cuyo número dependerá del voltaje requerido.

La instalación está formada por una serie de módulos fotovoltaicos conectados entre sí y a la red general, es decir, se aprovecha la energía del sol para transformarla en energía eléctrica que se cede a la red convencional para que pueda ser consumida por cualquier usuario conectado a ella. La instalación ha sido realizada con la tecnología de **Isotón**, el transformador de corriente continua en corriente alterna es un Sunny Boy.

## ¿Beneficios de la energía solar?

### Beneficios educativos

De forma práctica fomentamos la educación de los alumnos en las tecnologías ecológicas y en la cultura de respeto al M.A.

A ser conscientes del consumo energético y nuestra dependencia de los combustibles fósiles o la energía nuclear.

Ver la importancia de la eficiencia y el ahorro energético, hacer palpable y real las posibilidades de la energía solar, son algunas de los aspectos interesantes de la educación en el campo de las energías.

Por otro lado, se fomenta el intercambio de experiencias entre centros educativos y la puesta en marcha de actividades pedagógicas u otras iniciativas como la semana solar, etc.

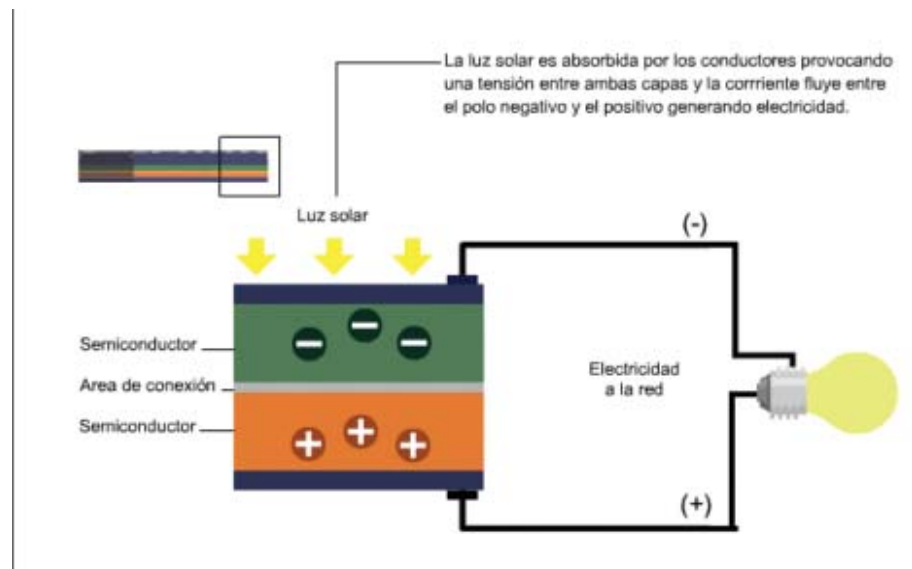
En el **I.E.S Marqués de la Ensenada** tendremos enlazado a la instalación un ordenador en el que de forma gráfica se mostrará la energía que estamos suministrando instantáneamente a la red general y en la misma pantalla la traducción a toneladas de CO<sub>2</sub> no emitidas a la atmósfera.

### Beneficios medioambientales

\*Disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub>. Por cada 20 kW-h producidos a partir de energía solar se dejan de emitir unos 10 Kg de CO<sub>2</sub> al año.

\*Reducción del efecto invernadero producido por las emisiones de CO<sub>2</sub> y del cambio climático provocado por dicho efecto.

\*El **I.E.S. Marqués de la Ensenada** estará evitando la emisión a la atmósfera de, aproximadamente, entre 1000 y 1.500 Kg de CO<sub>2</sub> cada año y de 25 a 30 toneladas de CO<sub>2</sub> a lo largo de 25 años.



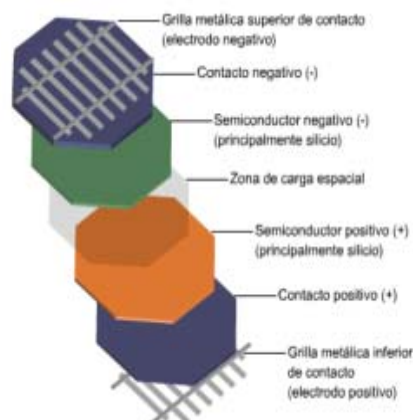
### Beneficios económicos

\* Cada kilovatio-hora (kW-h) producido con energía solar fotovoltaica se puede vender a 0.40 €. A modo de ejemplo, una instalación como la nuestra de 2,5 kW de potencia puede producir al año entre 2.500 y 3.750 kW-h, es decir, entre 1.000 y 1.500 €.

\* Una instalación de 2,5 kW de potencia cuesta entre 15.000 y 20.000 € y produce entre 75.000 y 100.000 kW-h en 25 años, es decir, de 30.000 € a 36.000 €.

\*El beneficio total de la instalación solar es, por tanto, de 750 a 1.000 € al año y entre 15.000 € y 20.000 € a lo largo de los 25 años de funcionamiento.

Existen ayudas de entidades y administraciones públicas de hasta el 50% de la inversión, y en ese caso el beneficio de la instalación sería mayor (Este tipo de subvenciones a fondo perdido no han de devolverse posteriormente).



### Beneficios Sociales

\*Las energías renovables generan más puestos de trabajo que otras energías más contaminantes. Por cada 600.000 € invertidos en energía solar se crean entre 4 y 6

nuevos empleos. La energía procedente del petróleo necesita el doble de inversión para crear un único puesto de trabajo.

\*Los puestos generados por la inversión en energía solar no son estacionarios (ligados a la construcción de una central, etc.), y se distribuyen a pequeña escala por todo el territorio.

\*La utilización de energía solar en zonas aisladas, permite la creación de pequeñas empresas, lo que potencia el desarrollo económico de comarcas poco favorecidas.

Actualmente España es el mayor productor fotovoltaico de Europa y este sector da empleo a cerca de 4.000 personas. Sin embargo, en nuestro país sólo se instala el 5% de los módulos que se fabrican (el resto de la producción se exporta). La creación de un importante mercado nacional haría multiplicar la generación de empleo.

Pero no olvidemos que ahorrar energía es el camino más eficaz para reducir las emisiones contaminantes de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, y por tanto detener el calentamiento global del planeta y el cambio climático. Y, por una simple cuestión de inteligencia: Ahorrar energía es más barato que fabricarla.

*(Los esquemas han sido obtenidos de la revista electrónica Consumer)*

Javier Anero Tejada,  
 profesor de Física y Química  
 y Energías Renovables



# Colegio Nuryana: Ejemplo de Consumo Responsable

**La finalidad fundamental de la educación del consumidor como materia transversal es la formación de los ciudadanos en el «Consumo Responsable». Una dimensión básica del consumo responsable es que nuestras decisiones de compra, nuestros estilos de vida no son neutrales, están basados en un modelo de desarrollo, en un modelo de consumo, que tiene consecuencias en la explotación de los recursos naturales y en el medio ambiente.**

Promover buenas prácticas de consumo responsable, centradas en la utilización racional de los recursos y en la adquisición de productos que minimicen el impacto o degradación medioambiental, es apostar por un desarrollo sostenible y por una mayor calidad de vida de todos los ciudadanos.

Con esta finalidad, los profesores y responsables del Colegio lagunero Nuryana, están llevando a cabo diversas iniciativas que promueven un consumo racional y sostenible de los recursos, a través de las siguientes actuaciones:

## 1. La energía solar fotovoltaica

El antiguo sistema energético del Colegio Nuryana estaba basado en combustibles fósiles, los cuáles por su propia naturaleza son limitados y acarrearán una serie de problemas tanto medioambientales y sociales como de sostenibilidad. Con el propósito doble de disminuir la dependencia de abastecimiento externo y la emisión de sustancias nocivas para el medioambiente, el Colegio Nuryana decidió instalar un sistema de suministro de energía basado en módulos de células fotovoltaicas.

Los módulos fotovoltaicos están instalados sobre el tejado de uno de los edificios del colegio. Cada uno de ellos está constituido por 72 células fotovoltaicas cuadradas de 125x125 mm, orientados hacia el sur y con una inclinación de 30° sobre la horizontal. Esta configuración asegura una producción que se extiende desde el amanecer hasta el atardecer, aprovechando al máximo la energía que nos es suministrada por el sol.

## 2. El aprovechamiento del agua

Una de las características del Archipiélago Canario es su escasez de recursos hídricos naturales. Por esta razón, en el colegio se ha llevado a cabo una iniciativa para aprovechar el agua de lluvia, con la construcción de un depósito con una capacidad que supera el millón de litros. La construcción se realizó debajo del aparcamiento de guaguas, de tal forma que esta infraestructura no ocupa una superficie adicional en el colegio. El depósito almacena el agua de lluvias, que después se utiliza para cubrir varias nece-

sidades del colegio, fundamentalmente el abastecimiento de inodoros, la limpieza de las instalaciones y el riego de los jardines.



El agua se recoge de diversas zonas comunes del colegio, tales como los aparcamientos de padres y profesores, los polideportivos, las cubiertas de los edificios y los patios. En algunas de las zonas anteriores el agua recogida llega al aljibe conducida por el suelo mediante rejillas y ayudada por la inclinación del terreno. En otras zonas precisa para su traslado de un sistema de bombeo, que también es utilizado para sacar el agua almacenada del depósito para su uso.

## 3. La recogida de residuos

En el Nuryana se lleva a cabo, en la medida que el Ayuntamiento proporciona medios, la recogida selectiva de residuos. Se han realizado, en los primeros niveles, campañas de concienciación y pequeños proyectos en materia de residuos. Estos trabajos han pretendido despertar en el alumnado la preocupación por cuidar su entorno más próximo; desarrollar el conocimiento de los diferentes tipos de desechos que se generan en el colegio; conocer los cuatro depósitos más comunes para que depositen sus residuos separados por materiales (vidrio, papel-cartón, plásticos-brik-latas y general u orgánica); crear en el alumnado una actitud positiva ante el reciclado, reutilización y reducción de residuos en el colegio y fuera de él (regla de las tres R); y estimular la implicación de las familias al respecto.



El objetivo final de estas iniciativas del Nuryana es concienciar y sensibilizar a la comunidad escolar de la necesidad de fomentar un modelo de consumo sostenible, en concreto, en el ahorro de energía y de agua y en la solución de los problemas derivados de la generación de residuos y de su gestión incorrecta. Aprovechando estas infraestructuras y en colaboración con distintas entidades y programas del Cabildo de Tenerife (Oficina Insular de Consumo y Promoción de Calidad, Plan Insular de Residuos Sólidos y el Instituto Tecnológico de Energías Renovables), el Colegio Nuryana llevará a cabo en los cursos escolares 2007-2008 y 2008-2009 un proyecto con los alumnos del último ciclo de Educación Primaria centrado en estos contenidos.



Este proyecto fue presentado en el Segundo Encuentro de Profesores Europeos, promovido por la Red Temática de Educación al Consumidor «E-Cons», celebrado en Roma el pasado mes de octubre de 2006, en el que se realizaron contactos y acuerdos con diversos profesores con la intención de promover un proyecto Comenius 1, dentro de la convocatoria del presente curso escolar.

# El consumo de productos de vestir

## Estudio de los criterios que tienen en cuenta los jóvenes de Cataluña a la hora de comprar productos de vestir.

Los jóvenes de Cataluña, en relación a la compra de ropa, consideran preferentes sus emociones (64,08%) ante la razón (35,92%), así como sus opciones personales, ante las opciones del producto y las sociales. De entre todos los aspectos mencionados, los jóvenes destacan como principales el precio, los gustos, la talla y el color. A pesar de ello, la gran variedad de aspectos que los jóvenes tienen en cuenta hace que los anteriores, por sí solos, no sean bastante significativos.



Éstos son datos extraídos de un estudio realizado por la **Escola del Consum de Catalunya (ECC) de la Agència Catalana del Consum** durante el curso 2005/06. La ECC es, además de un centro educativo, un centro de estudios de la Educación del Consumo, donde se realizan de forma simultánea la actividad docente, la innovación y la investigación. La investigación enriquece la acción educativa diaria a través de la innovación constante. El estudio sobre el consumo de productos de vestir coge como muestra 703 jóvenes entre 12 y 18 años que participaron en el taller *¿Cómo me visto hoy?*, ofrecido por la escuela en la Sede Central (Barcelona) y en la Sede Territorial (Lleida, Manresa y Girona) entre febrero y junio de 2006.

En septiembre de 2004, con la pregunta *¿Cómo me visto hoy?* la ECC estrenaba un nuevo taller sobre los criterios de compra de ropa. En aquel momento se intuía que éste podía ser un fenómeno próximo a los

jóvenes... Progresivamente se ha confirmado que uno de los gastos más importantes de los adolescentes es la compra de ropa, calzado y complementos. La compra de estos artículos relativos a la moda y la imagen personal se han consolidado como uno de los principales gastos dentro del presupuesto de los jóvenes, además de ser un fenómeno de consumo muy importante dentro de su dinámica personal y social.

La ECC planteó la realización de un estudio sobre los hábitos de consumo de los jóvenes con relación a la compra de artículos referentes a la moda y la imagen personal. Recoger sistemáticamente datos permite confirmar o refutar, conocer de forma más profunda y con criterio aquello que muchas veces desde la actividad docente se intuye o se desconoce. Estos datos permiten relacionar la actividad docente de la escuela con los jóvenes y conocer fenómenos y procesos significativos para ellos. Una perspectiva que permite orientar el diseño de nuevos talleres o bien evaluar y regular los ya existentes.

Los resultados del estudio permiten establecer el perfil mayoritario del joven consumidor de productos de vestir. Según los datos, los jóvenes tienen en cuenta una gran diversidad de criterios a la hora de comprar ropa, entre los cuales destacan el precio, la talla, los gustos, etc. La mayoría de criterios obedecen a una dimensión personal, por delante de la influencia social o las características del producto. Finalmente, destacan los criterios de carácter emocional, es decir, los subjetivos y asociados a la identidad, por delante de los más racionales o de carácter más objetivo y asociados a normas culturales. La compra de ropa comporta tomar decisiones y éstas se llevan a cabo mediante el diálogo entre la razón y la

emoción. Al comprar una camiseta, los jóvenes tienen en cuenta el precio, la calidad pero también la marca, la construcción de identidad o la felicidad que produce comprarla. Estos aspectos plantean cómo la educación del consumo tiene que integrar esta perspectiva abierta e integradora de consumir para tener, consumir para ser y consumir para desear. Así, consumimos felicidad cuando nos compramos una pieza de ropa, belleza cuando vamos a la peluquería, etc. En conclusión, no sólo consumimos bienes y servicios, sino también emociones.

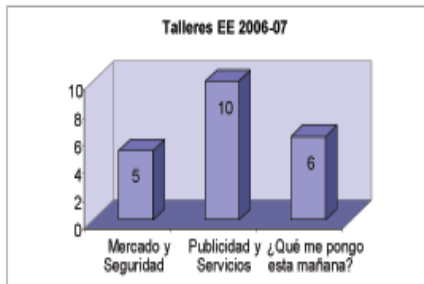
En este contexto, la investigación nos orienta en la práctica docente, en el diseño y desarrollo de talleres formativos. Por una parte, se plantea la necesidad de que la educación del consumo permita al alumnado establecer redes de relaciones entre multitud de criterios, ya que las decisiones de compra son muy diversas. En este sentido, el consumo puede ser una oportunidad para trabajar el diálogo en la diversidad. Por otra parte, puede ser útil considerar las emociones y como éstas influyen de manera directa en nuestras decisiones a la hora de consumir. Todo, sin dejar de lado la necesidad de que los talleres ofrezcan también una reflexión sobre el marco legal del consumo.

A modo de conclusión, el estudio se configura como una herramienta didáctica potente que posibilita y facilita continuas reflexiones que pueden enriquecer la acción educativa diaria a través de la constante innovación docente.

**Salvador Viciano**  
Educador de la *Escola del Consum*  
de Catalunya

# Nueva oferta para el alumnado con necesidades educativas especiales: ¿Cómo me visto hoy?

Desde la creación de la Escola del Consum de Catalunya (ECC) los alumnos con necesidades educativas especiales (nee) han sido un colectivo a tener en cuenta en todo momento a la hora de diseñar nuestra oferta educativa. Progresivamente se han hecho las adaptaciones de diferentes talleres, la cual cosa ha tenido como resultado los datos siguientes, correspondientes a los meses transcurridos del presente curso escolar.



Actualmente la ECC de la Agencia Catalana del Consum ofrece un nuevo taller dirigido a los alumnos con nee. Partiendo de la pregunta *¿Cómo me visto hoy?*, la misma que se dirige a los alumnos de Educación Secundaria, se ha adaptado el fenómeno de la compra y el uso de la ropa al alumnado con nee, para contextualizarlo en su vida cotidiana y convertirlo en un proceso significativo.

## Descripción del taller



Tras la pregunta *¿Cómo me visto hoy?* el taller se estructura en dos partes bien diferenciadas: analizar la ropa por «dentro» y analizar la ropa por «fuera».

A través de la pregunta *¿Cómo es la ropa por dentro?*, y con el simbolismo de una lupa, se analizan diversas características internas de la ropa que se pueden tener en cuenta a la hora de comprar y

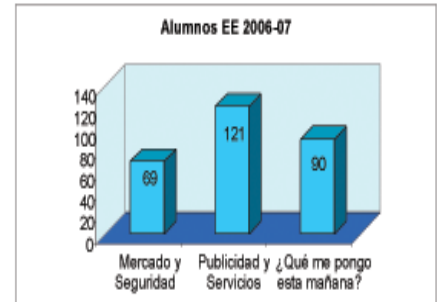
Adaptar el taller *¿Cómo me visto hoy?* a los alumnos con necesidades educativas especiales ha significado un salto importante del taller ya diseñado para Educación Secundaria. Ha sido necesario reformular los objetivos generales del taller para dar más énfasis a aquellos aspectos importantes de la cotidianidad del alumnado con nee. Por ejemplo, la relación entre el contexto y el tipo de ropa; dejando en un segundo término aspectos como la moda, la identidad personal y la estética, que son ámbitos de gran significación en el taller de Secundaria.

También se ha tenido que adaptar el taller a las habilidades del alumnado, y se ha



vestirse: características del tejido (elasticidad, calidez, tipo de tejido, etc.) y el mantenimiento de la ropa (interpretar símbolos de la etiqueta).

Con el simbolismo de unos prismáticos, y preguntándonos *¿Cómo es la ropa por fuera?*, se analizan aspectos externos de la ropa, como pueden ser el color y el contexto adecuado para cada tipo de ropa.



creado así un tipo de material visual, manipulador y claro para favorecer la comprensión de los contenidos trabajados en cada una de las diferentes actividades que conforman el taller. Por ejemplo, la utilización de lupas para observar el etiquetado de la ropa acompañada de un catálogo simbólico.

Estas dos miradas complementarias sobre la ropa servirán para finalizar el taller y simular una situación práctica donde el alumnado deberá vestir a un maniquí según una situación dada, teniendo en cuenta las características de la ropa. Deberán escoger todas estas opciones de un catálogo que les ofrece diversidad de posibilidades.

El taller *¿Cómo me visto hoy?* es una oportunidad para que los alumnos con necesidades educativas especiales pongan en contacto habilidades, contenidos y valores de la educación del consumo con su vida cotidiana.

**Neus Banqué**  
Educativa de la Escola  
del Consum de Catalunya

# El Bus del Consumo

El pasado 5 de marzo, a las 10,30 horas, se inauguró en la Plaza del Romea, el Bus del Consumo, por el Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Consumo y el Ilmo. Sr. Director General de Consumo.



Se trata de una campaña de consumo, con motivo de la celebración del día **15 de marzo, día mundial de los derechos del consumidor**. La campaña se ha dirigido a los consumidores en general, dentro del propio autobús, y a los escolares en particular, tanto dentro como fuera del autobús. Cinco monitores se han desplazado a los centros escolares, donde han realizado talleres de consumo, sobre publicidad, cosméticos, seguridad alimentaria, seguridad en el hogar, etiquetado etc.

El autobús, ha estado durante el mes de marzo, por toda la Región de Murcia, totalmente equipado con lo necesario para ofrecer formación e información a los consumidores, como:

- > Cinco ordenadores con CDs sobre consumo para que los visitantes al autobús puedan jugar.
- > Video televisor.
- > Juegos y puzzles, para desarrollar dentro del autobús.
- > Carteles murales con información de consumo.
- > Material diverso para repartir.
- > Cinco maletas de consumo, con material sobre: seguridad alimentaria, seguridad en el tiempo de ocio, dieta equilibrada, cosméticos, publicidad y eco-consumo.
- > 7 monitores de consumo: dos dentro del autobús, dos fuera del autobús, y tres que se desplazarán a los colegios para desarrollar talleres de consumo, sobre los materiales de las maletas.

Entre el material a repartir se encuentran:

- > **10.000 Folletos informativos sobre elección y uso de videojuego**, para repartir entre los adolescentes. En el folleto se explica el sistema PEGI, único sistema para clasificar la adecuación a la edad del contenido de los videojuegos para toda Europa, los cinco niveles de clasificaciones por edades, la descripción de iconos y decálogo de buenas prácticas.
- > **6.000 CDs de seguridad infantil «Teo y Bea»**, para repartir entre los niños de hasta 6 años, que acudan al autobús, donde mediante un conjunto de fichas prácticas acompañadas de consejos, se enseña al niño de los riesgos que existen en todas las dependencias de la casa, de cómo prevenirlos y que hacer en caso de emergencia.
- > **6.000 CDs de consumo «Jóvenes consumidores»** para repartir entre los adolescentes, donde se pretende transformar al jugador en un consumidor informado e inteligente. Los contenidos del juego van desde alcohol y bebidas refrescantes, dieta equilibrada, peso ideal, calzado deportivo, eco-consumo, electricidad, informática, Internet, marcas y productos, música, espectáculos, tatuajes y piercings, telefonía móvil, televisión, tribus urbanas, ropa, viajes y mp3.
- > **3.000 juegos «SUMO»**, sobre preguntas de consumo, para niños de 8 a 16 años, basado en el juego ganador del concurso escolar «CONSUMOPOLIS», en la fase autonómica y nacional, por el IES Infante Juan Manuel de Murcia.
- > **2.000 cuentos «Cuenta contigo»** sobre consumo de educación infantil para repartir entre los colegios.



El autobús, ha pasado por los 45 municipios de nuestra Región, incluidos sábados y domingo, en turnos de mañana y tarde (de 9 a 14 horas y de 16 a 20,30 horas).

# Segunda edición del curso Las asociaciones de consumidores Formación de Formadores

OCTUBRE 2006

Segunda Edición del Curso Las Asociaciones de Consumidores- Formación de Formadores organizado por la Consejería de Bienestar Social y Sanidad- Viceconsejería de Sanidad y Consumo con la colaboración del Instituto Nacional del Consumo.



A lo largo de 20 horas lectivas, 35 alumnos y alumnas inscritos procedentes de distintos sectores: profesionales de consumo, representantes y miembros de la Asociación de Amas de Casa y Consumidores de Melilla «Rusadir», Agentes de la Policía Local y Educadores del Centro de Acogida «La Purísima» participaron en unas clases impartidas por unos magníficos profesionales, que desde diferentes ámbitos del conocimiento, lograron un incentivo y una implicación y participación que han arrojado unos brillantes resultados.

Con el objetivo de formar a formadores que transmitan en sus diferentes ámbitos información y pautas de conductas conducentes a conseguir consumidores responsables, objetivos, críticos, justos y comprometidos con el medio ambiente, se realizaron a lo largo del curso ejercicios prácticos sobre supuestos de diversos problemas que pueden afectar a consumidores y usuarios, relacionados con bienes de uso común, ordinario y generalizado así como con productos y servicios. Se facilitaron Guías para formadores en consumo e instrumentos efectivos para la preparación de actividades educativas, formativas e informativas: folletos, trípticos, carteles... Se trabajó con proyecciones preparadas para el estudio de la persuasión publicitaria y el consumismo, donde se visionaron para su estudio y comparación con los actuales anuncios televisivos de los años 1957 a 1967, relativos a alimentación en general, alimentación infantil, fármacos, en los que los Yogures «Frigo», las Tortas «Tecló», el «Colacao» con la canción de: «Yo soy aquel negrito del África Tropical»; así como aquellos primeros anuncios de «Calmante Vitaminado» y «Okal», hicieron las delicias de los asistentes que recordaron una época importante de nuestra historia.

Otro de los temas en los que los asistentes mostraron gran interés y demandaron más información fueron los relativos a los enlaces de la formación en consumo: Comercio Justo y Consumo Sostenible. En relación a estos temas se proyectó la Campaña Institucional de los años 1960 «MANTENGA LIMPIA SU CIUDAD MANTENGA LIMPIA ESPAÑA», que llevó a los alumnos a la conclusión de que después de cuarenta años seguía siendo aplicable en nuestra moderna sociedad de consumo y de la información.



Destacando la importancia de pautas de conducta responsable en el consumo de la energía.



## TALLERES

El taller realizado en Radio Melilla permitió a los asistentes practicar las Técnicas de Comunicación a la vez que emitieron en directo los resultados del debate en relación a los logros y retos de la Política de Defensa de los Consumidores.



Las conclusiones finales de los trabajos y actividades efectuadas en el curso destacaron la importancia de informar, formar y educar en consumo desde todos los ámbitos y con la participación de todos: familias, escuelas, Instituciones Públicas y Asociaciones de Consumidores.



# Pequeños Consumidores ganadores del concurso Etiquetas y Publicidad

Participaron en el Concurso de Redacción 1.200 alumnos/as de 4º Curso de Educación Primaria. **MAGNÍFICOS TRABAJOS** que plasmaron la captación de contenidos de las Jornadas impartidas: conocimiento de etiquetados, influencia de la publicidad, interés por la fabricación de productos, respeto al medio ambiente y sensibilización con las «dificultades añadidas» de los consumidores con discapacidades. Así como la colaboración de los Centros Escolares y las familias.

**RESULTADOS SIN PRECEDENTES: ¡CATORCE PREMIOS!  
¡ENHORABUENA A PROFESORADO, ALUMNADO Y FAMILIAS!**

## GANADORES CONCURSO «CONSUMO RESPONSABLE: ETIQUETAS Y PUBLICIDAD»

- **PRIMER PREMIO** Raquel Bensusan Chetrit 4º Colegio Privado LICEO SEFARDÍ
- **PRIMER PREMIO** Pilar Padilla Mateo 4º A Colegio Concertado LA SALLE EL CARMEN
- **SEGUNDO PREMIO** Rumeisa Saddadi Abdelkader 4º A CEIP REAL
- **SEGUNDO PREMIO** Sergio Martín de Arco 4º C CEIP REYES CATÓLICOS
- **TERCER PREMIO** Naoual Bouzachdat Chaoui 4º CEIP HIPÓDROMO
- **TERCER PREMIO** Samira Mohamed Mohamed 4º B CEIP ESPAÑA
- **ACCÉSIT AL PRIMER PREMIO** Usama El Kachoui Bensiali 4º A CEIP MEDITERRÁNEO
- **ACCÉSIT AL PRIMER PREMIO** Laura María González Martín 4º B CC. BUEN CONSEJO
- **ACCÉSIT AL SEGUNDO PREMIO** Dunia Baghourri El Ghazi 4º A CEIP LEÓN SOLA
- **ACCÉSIT AL SEGUNDO PREMIO** Farah Abdelkader Mimon 4 CEIP HISPANO ISABELITA
- **ACCÉSIT AL SEGUNDO PREMIO** Carolina Fernández Martín 4º C CC. ENRIQUE SOLER
- **ACCÉSIT AL TERCER PREMIO** Sofia Mohamed Achor 4º B CEIP CONSTITUCIÓN
- **ACCÉSIT AL TERCER PREMIO** Wari El Kajoui Carrizo 4º A CEIP ANSELMO PARDO
- **ACCÉSIT AL TERCER PREMIO** Antonio Castillo Valverde 4º D CEIP NÚMERO 13



## VII Jornadas en consumo para 6º de Educación Primaria Consumo Responsable. Un mundo sin barreras

### TALLERES DE LA VICECONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Mil quinientos alumnos de 6º Curso de Educación Primaria de 13 Centros Melillenses participaron en las VII Jornadas de Educación en Consumo Responsable, trabajando el cuento didáctico y sus actividades complementarias «LAS AVENTURAS DE MATIS LA BURBUJA DE HOSPITAL», con la colaboración del profesorado y familias, a lo largo del mes de enero de 2007.

**OBJETIVOS:** Tomar conciencia de la importancia como consumidor y usuario de hacer efectivo el derecho a la información por lo que respecta a todos los productos, bienes y servicios. Hacerles conscientes de su situación como usuario de los servicios sanitarios, con unos derechos como joven paciente pero con deberes con el servicio, personal e instalaciones. Conocer los derechos básicos de los consumidores y usuarios y sensibilizarlos con las «dificultades añadidas» de los consumidores con discapacidades. Conocer de manera sencilla y entender enfermedades que son una realidad y comparar la sociedad y los medios con los que viven en otros países y culturas fomentando el pensamiento crítico y la solidaridad. Ejercicio responsable de reclamar.



**EVALUACIÓN:** Muy satisfactoria. Complementada con los resultados de la magnífica participación en el Concurso de Redacción «TODOS SOMOS CONSUMIDORES .UN MUNDO SIN BARRERA PARA LOS DISCAPACITADOS».

**LOS PREMIOS:** Se hicieron públicos en el mes de mayo.



Los organismos e instituciones que velan por la defensa de los derechos de los consumidores han querido unirse también a esta corriente innovadora del Consumo Responsable en Navarra.

### Consejos Reguladores

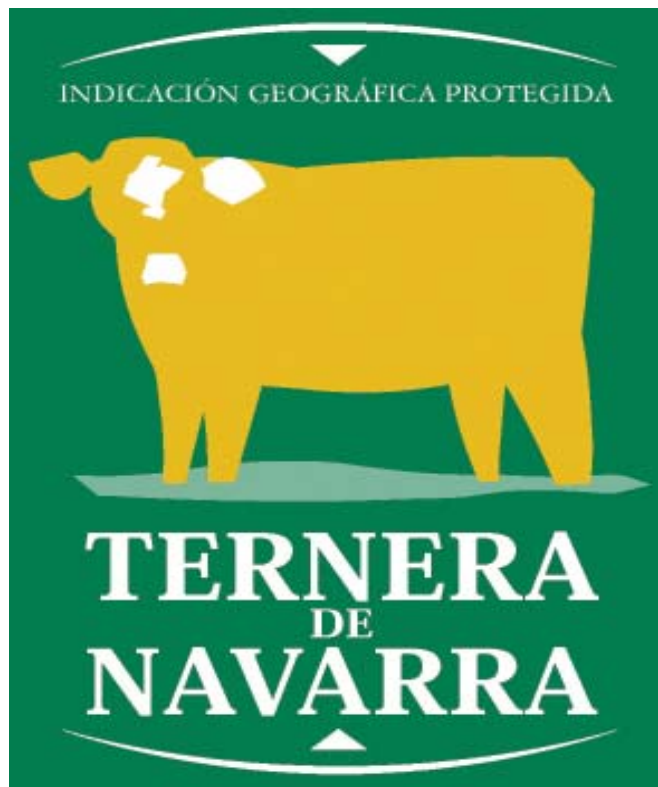
También los Consejos Reguladores de Navarra que certifican productos alimenticios locales garantizando su seguridad, su procedencia y su control productivo han querido estar presentes en el Foro, aportando su apuesta por el desarrollo y la producción locales.

### Asociaciones de consumidores de Navarra y Oficinas Municipales de Información al Consumidor.

Estas asociaciones y oficinas también han querido participar en el Foro, utilizando sus herramientas y recursos para informar y formar a los consumidores sobre consumo responsable.

### Centros educativos

Las ayudas que la Administración destina para proyectos de educación en consumo son una realidad en Navarra. Se está haciendo un esfuerzo tanto por parte de la Administración (Servicio de Consumo y Departamento de Educación) como por parte de algunos Centros Educativos en la inclusión en los Planes de Centro de áreas curriculares que fomenten modelos de consumo responsable. En este contexto, en el Foro, están participando tanto representantes del Departamento de Educación como centros escolares que disponen de módulos integrales sobre consumo en su oferta educativa.



### Organizaciones sociales

Algunas organizaciones en Navarra están apostando también decididamente por el Consumo Responsable y el desarrollo sostenible.

Un amplio grupo de entidades (empresas, sindicatos generalistas y agrarios, asociaciones de comerciantes, comercios, ONGs, entidades de Comercio Justo, banca ética,) están participando en el Foro tratando de impulsar el Consumo Responsable en Navarra desde sus propios sectores, aportando su experiencia y trabajo.

### Algunos productos

Durante el tiempo que lleva funcionando el foro ha colaborado en ferias organizadas en Navarra; ha realizado diversas actividades formativas y ha producido dos guías: una guía general titulada «Consumo Responsable de Navarra» y otra específica sobre Alimentación Responsable. Recientemente ha comenzado a trabajar en la promoción de las compras públicas sostenibles.

Los interesados/as en tener más información sobre esta iniciativa pueden dirigirse a [consumo@crana.org](mailto:consumo@crana.org)

**Blanca Berruete Cilveti**

*Jefe de Sección de Consumo del Gobierno de Navarra*



# Ciudadanía activa, cambio climático y consumo responsable



## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se está produciendo un cambio climático sin precedentes.

El Protocolo de Kioto sobre el cambio climático tiene como objetivo principal «Luchar contra el cambio climático mediante una acción internacional de reducción de las emisiones de determinados gases de efecto invernadero responsables del calentamiento del planeta»

La Comisión Europea apuesta fuerte por actuar en este campo, tanto a través de páginas web con interesantes informaciones, como a través de concursos, proyectos, propuestas,... En la Agenda Europa y en la guía del profesorado que la acompaña, se han introducido informaciones, datos y actividades útiles para el desarrollo de proyectos en el aula, destinados al alumnado de Secundaria. La Agenda 2007/2008 estará en las escuelas en mayo-junio de 2007. Incluimos a continuación parte de su contenido en este tema, junto a otras informaciones de interés.

## 2. El cambio climático en la Agenda Europa

### Tú controlas el cambio climático

#### ¿Cómo anda hoy el tiempo?

- > La gente habla mucho del tiempo, y no es raro si se tiene en cuenta el considerable efecto que tiene en nuestro estado de humor, en cómo nos vestimos o en qué comemos.
- > Sin embargo, no es lo mismo el «clima» que el tiempo. El clima es una media del tiempo que hace en una determinada zona, durante un amplio periodo de tiempo.

#### ¿Es normal que esté cambiando el clima?

- > El clima siempre ha cambiado y siempre cambiará por razones naturales. Sin embargo, hay pruebas de que durante las últimas décadas se han producido variaciones anormales, a causa de la actividad industrial y ganadera de los seres humanos.

#### ¿Por qué sucede?

> Los rayos del sol calientan la superficie de la tierra. Al aumentar su temperatura, el calor pasa a la atmósfera. Parte de este calor vuelve de nuevo a la tierra por algunos gases presentes en la atmósfera que crean el efecto de un invernadero, como el CO<sub>2</sub>, el vapor de agua, el óxido nítrico, el metano y el ozono. Este efecto natural recibe el nombre de «efecto invernadero» y hace posible la vida en nuestro planeta. Si no fuera por él, la temperatura media sería de -18°C.

> A lo largo del último siglo, la actividad humana ha tenido un coste: la concentración de gases invernadero en la atmósfera, de los cuales el 80% es CO<sub>2</sub>, es ahora la más alta de los últimos 650.000 años. Como consecuencia, la temperatura global ha subido 0,6°C, llegando en Europa a 1°C.

> La humanidad ha emitido una enorme cantidad de CO<sub>2</sub> a la atmósfera quemando combustibles fósiles, como gas, petróleo o carbón, para obtener energía. Hay otros gases invernadero emitidos por ciertas industrias, la agricultura y los vertederos de basuras.

#### ¿Sabías que...?

- > Los diez años más calientes de la Historia se han producido a partir de principios de los años 90.
- > Los científicos calculan que la temperatura global puede subir a lo largo de este siglo entre 1,4 y 5,8°C.
- > Nota: hay más datos de interés en la Agenda Europa.
- > Cada europeo produce 11 toneladas de emisiones de gases invernadero anualmente, de las cuales 9 toneladas son de CO<sub>2</sub>.
- > En la UE, una tercera parte de la energía se consume en los hogares, que son los responsables del 20% de las emisiones de CO<sub>2</sub> procedentes del consumo energético. De esa energía, el 70% se emplea en calefacción, el 14% en agua caliente y el 12% en luz y electricidad.
- > Los coches privados son responsables del 10% de las emisiones de CO<sub>2</sub> de la UE.

> Europa alberga solamente al 7% de la población mundial, pero consume el 20% de los recursos naturales del mundo en lo que se refiere a fibras, alimentos, energía y absorción de basuras.

> Cada europeo produce una media de 1 kg de basura diaria. Al año producimos 4 toneladas de envases vacíos, el equivalente al peso de la Torre Eiffel. Y la cifra sigue creciendo.

> ¿Qué puedo hacer yo? ¡Comprométete!

> Todos tenemos algo que hacer en la lucha contra el cambio climático. A continuación tienes una lista de algunas cosas que puedes hacer con toda facilidad.



### 3. ¿CÓMO FRENAR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y AHORRAR DINERO?

> Reduce la potencia de la calefacción. Bajando la temperatura 1º C puedes reducir tu factura entre un 5 y un 10% y evitar hasta 300 kg de emisiones de CO2 al año.

> Programa el termostato para que la calefacción no esté encendida por la noche o cuando no estés en casa. Esto reducirá la factura entre un 7 y un 15%.

> Reemplaza tus ventanas por unas de doble acristalamiento. Puedes ahorrar mucho.

> No dejes escapar el calor de tu hogar. Cuando ventiles la casa, abre las ventanas sólo unos minutos.

> Instala un buen sistema de aislamiento, una de las maneras más efectivas de reducir las emisiones de CO2 y ahorrar energía a largo plazo.

> Mueve tu frigorífico y tu congelador. Si están cerca de los fuegos o de la caldera, consumirán mucha más energía que si están apartados de ellos.

> Ten cuidado con las configuraciones que empleas. Si pones el frigorífico al máximo, no sólo consumirás más energía sino que los alimentos no se conservarán frescos tanto tiempo porque pueden estropearse al congelarse.



> No pongas en el frigorífico alimentos calientes o templados. Ahorrarás energía si dejas que se enfríen primero.

> Comprueba si el agua está demasiado caliente. No hace falta que el termostato del cilindro esté por encima de 60º C. Lo mismo ocurre con la caldera de la calefacción central. Recuerda que el 70% de la energía consumida en los hogares de la UE se gasta en calentar la casa, y otro 14% en calentar el agua.

> Averigua tu media de consumo energético y de emisiones de CO2 para tus aparatos domésticos.

### 4. El cambio climático en la Guía del profesorado de la Agenda Europa



#### Ejercicio: Cambio climático

**Objetivos:** Este tema pretende que el alumnado empiece a considerar el efecto que su comportamiento tiene en el cambio climático.

**Palabras clave:** Cambio climático, medio ambiente, gases invernadero, dióxido de carbono.

**Recursos:** Sección de la Agenda Europa sobre Cambio climático; junto con la guía del profesorado.

**Temas relacionados:** Ciudadanía, geografía, biología, ciencias, historia.

**Destrezas:** Pensamiento crítico, análisis, trabajo en equipo, investigación, autoevaluación.

#### Actividades propuestas

##### El compromiso

Tras introducir el tema sirviéndose de la sección de la Agenda Europa (y otros

recursos que se mencionan más abajo), los alumnos deben conversar sobre el efecto que su comportamiento tiene en el medio ambiente, considerando si son respetuosos con el entorno y si podrían hacer algo más. A continuación, pueden decidir si se comprometen a seguir con sus esfuerzos durante las seis semanas siguientes.

Durante el debate, los alumnos deben comentar qué tal les ha ido y qué pretenden hacer en el futuro al respecto. El profesor puede hacer una conclusión, evaluando la utilidad de las actividades realizadas.



#### Debate y actividades en casa

Dividir a los alumnos en tres grupos que investiguen las actividades del Gobierno, de la industria y de las ONGs con respecto al cambio climático, con el fin de preparar un debate.

Durante el debate, cada grupo defenderá los puntos de vista de la industria, de las ONGs y del Gobierno, respectivamente. ¿Cuáles son los puntos de desacuerdo? Al concluir el debate, el alumnado puede continuar estudiando los acuerdos que pueden alcanzar estas tres partes fundamentales en la lucha contra el cambio climático.

#### Para más información:

[http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/index_es.htm)

<http://www.mma.es/oecc/index.htm>

<http://www.cambioclimaticoglobal.com>

<http://www.greenfacts.org/es/cambio-climatico>

[http://www.wwf.es/cambioclimatico/cambioclimatico\\_quees.php](http://www.wwf.es/cambioclimatico/cambioclimatico_quees.php)

#### Páginas Web de la Agenda Europa:

<http://www.infoconsumo.es/agendaeuropa>

<http://www.generation-europe.org>

-  **>CANTABRIA\_ Organismo:** Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria  
**Dirección:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Teléfono:** 942 210600 **Fax:** 942 210867  
**E-mail:** escuela@infoconsumo.es **Persona de contacto:** Nieves Álvarez
-  **>ASTURIAS\_ Organismo:** Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias  
**Dirección:** C/ Santa Susana, 20, 2º, 33007 Oviedo **Teléfono:** 985 108303 **Fax:** 985 108310  
**E-mail:** carmenmg@princast.es **Persona de contacto:** Carmen Martínez González
-  **>COMUNIDAD VALENCIANA\_ Organismo:** Dirección General de Seguridad Industrial y Consumo de la Generalitat Valenciana **Dirección:** C/ Colón 32, 46004 Valencia **Teléfono:** 96 3184224  
**Fax:** 96 3184217 **E-mail:** lopez\_mjorod@gva.es **Persona de contacto:** M<sup>a</sup> José López Ródenas
-  **>GALICIA\_ Organismo:** Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia **Dirección:** Avda. Gonzalo Torrente Ballester, 1-5 bajo, 15707 Santiago de Compostela **Teléfono:** 881-999091 **Fax:** 881-999 089  
**E-mail:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacto:** Esther Álvarez Fernández
-  **>CASTILLA-LA MANCHA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha **Dirección:** C/ Berna, 1, 1ª planta, 45071 Toledo **Teléfono:** 925 284530  
**Fax:** 925 226206 **E-mail:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacto:** Alejandro Salcedo Aznal
-  **>EUSKADI\_ Organismo:** Dirección de Consumo y Seguridad Industrial del Gobierno Vasco  
**Dirección:** C/ Donostia-San Sebastián nº 1, 01010 Vitoria-Gasteiz **Teléfono:** 945 019924 **Fax:** 945 019947  
**E-mail:** n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacto:** Nekane Ribado Vitorica
-  **>EXTREMADURA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura **Dirección:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª planta 06800 Mérida (Badajoz) **Teléfono:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **E-mail:** ana.grande@sc.juntaex.es  
**Persona de contacto:** Ana Grande Murillo
-  **>MADRID\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid  
**Dirección:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28008 Madrid **Teléfono:** 91 5803200 **Fax:** 915803338  
**E-mail:** angel.escolar@madrid.org **Persona de contacto:** Ángel Escolar-Noriega Prieto
-  **>ARAGÓN\_ Organismo:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón  
**Dirección:** Avda. Pablo Gargallo,3, 1ª Planta, 50071 Zaragoza **Teléfono:** 976 714792 **Fax:** 976 715609  
**E-mail:** formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacto:** Francisca Pérez Jiménez
-  **>CASTILLA Y LEÓN\_ Organismo:** Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Junta de Castilla y León **Dirección:** Paseo Zorrilla,1, 47007 Valladolid **Teléfono:** 983 413196 **Fax:** 983 412538  
**E-mail:** heralvca@jcyll.es **Persona de contacto:** Carmen Herrero Álvarez
-  **>LA RIOJA\_ Organismo:** Dirección General de Educación y Dirección General de Ordenación y Desarrollo Económico del Gobierno de la Rioja **Dirección:** C/ Marqués de la Ensenada, 15, bajo (entrada por Alba de Castro) / 26071 Logroño **Teléfono:** 941 291203 **Fax:** 941 291712  
**E-mail:** consumo.formacion@larioja.org **Persona de contacto:** M<sup>a</sup> José Gómez de Segura Martínez
-  **>CANARIAS\_ Organismo:** Dirección Insular de desarrollo Económico, Comercio y Empleo del Cabildo de Tenerife **Dirección:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Teléfono:** 922 314501 **Fax:** 922 239979 **E-mail:** Idominguez@cabtfe.es **Persona de contacto:** Luis Domínguez Rodríguez
-  **>CATALUÑA\_ Organismo:** Agencia Catalana de Consumo **Dirección:** Gran Vía Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona **Teléfono:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **E-mail:** aula.consum@gencat.net  
**Persona de contacto:** Julià Guimerà Gargallo
-  **>MURCIA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de Murcia **Dirección:** C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edif. Atlas 30071 Murcia **Teléfono:** 968 357188 **Fax:** 968 228366  
**E-mail:** mrosa.sancho@carm.es **Persona de contacto:** Maria Rosa Sancho Celdrán
-  **>ANDALUCÍA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo. Consejería de Gobernación. Junta de Andalucía **Dirección:** Plaza Nueva, 4, 41071 Sevilla **Teléfono:** 955 041459 **Fax:** 955 041461  
**E-mail:** melena.suarez@juntadeandalucia.es **Persona de contacto:** Elena Suárez Mariscal
-  **>MELILLA\_ Organismo:** Dirección General de Sanidad y Consumo de Melilla **Dirección:** c/ Duque de Ahumada s/n (Edif. Mantelete), 52001 Melilla **Teléfono:** 952 699271 **Fax:** 952 699272  
**E-mail:** mangos01@melilla.es **Persona de contacto:** M<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez
-  **>NAVARRA\_ Organismo:** Dirección General de Industria y Comercio de Navarra **Dirección:** Parque de Tomás Caballero, 1 – 2ª planta, 31005 Pamplona **Teléfono:** 848 427739 **Fax:** 848 42 35 87  
**E-mail:** bberruec@cnavarra.es **Persona de contacto:** Blanca Berruete Cilveti

# RESEÑAS

## 15 de marzo, Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

La necesidad de mantener informadas a las personas consumidoras de sus derechos y obligaciones, ha llevado tradicionalmente a la Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria a realizar diversos actos con motivo del 15 de marzo, *Día Mundial de los Derechos del Consumidor*.

Este año ha adoptado la perspectiva diferente que se inició el año anterior, celebrando este día en una plaza pública, cuya localidad meritoria de este evento ha sido Plasencia, acercando la información, formación y educación a los consumidores extremeños.

Para ello se ha contado con la participación de diferentes entidades, instituciones y asociaciones relacionadas con el consumo y la salud que han gozado un stand expositor, así como de carpas para la realización de diferentes actividades desarrolladas en talleres de Educación del Consumidor para escolares, adultos, personas mayores y público en general.

Los temas de los talleres de educación del consumidor han sido: Taller de Alimentación, Taller de Higiene Buco-Dental, Taller de Reciclaje, Taller del Agua, Taller del Botiquín en casa y reciclaje de los medicamentos, Taller de Asesorar-te y viajar seguro, Taller de Conocer las etiquetas de los productos que usamos, Taller de Prevención de la obesidad en el ámbito familiar y Cuentacuentos.

Estos diversos talleres han sido realizados por las Escuelas Permanentes de Consumo de Jerez de los Caballeros, Miajadas, Coria y Casar de Cáceres, así como de las diferentes Asociaciones de Consumidores y Usuarios, la Unión de Consumidores de Extremadura y el Consejo de Farmacéuticos, ADICAE, ACUEX y FEACCU, y con la colaboración de técnicos del Programa de Ciudades Saludables y Sostenibles.



### Se celebra en San Javier, la V reunión de la RED E-CONS (COMENIUS 3)

El 16 de febrero, se ha celebrado en San Javier, la V reunión de la RED E-CONS (Comenius 3), con representantes de las Comunidades Autónomas de nuestro país, y representantes de países extranjeros, como de Portugal, Bulgaria, Reino Unido y Bélgica.

Durante la reunión se trataron temas tales como la Web de la RED E-CONS, la edición de materiales didácticos, las bases de datos, la evaluación del Encuentro de profesores en Roma, en octubre de 2006, la edición de materiales didácticos, el futuro encuentro de profesores en Sofía en mayo de 2007, la revista de la RED, la Agenda Europea y el estudio de los proyectos Grundtvig MOVINT-2, y el proyecto Intercom 15-18, entre otros.

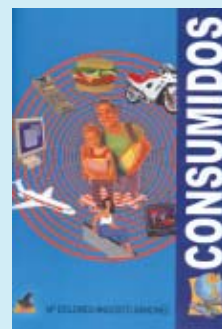
La Escola Galega de Consumo y el Instituto Galego de Consumo, estrenan nuevas instalaciones en Avda. Gonzalo Torrente Ballester, 1-5 bajo en el 15707 de Santiago de Compostela. El nuevo teléfono de contacto es: 881-999 091 y E-mail: esther.alvarez.fernandez@xunta.es Toda la información referente a las actividades programadas están en la página web: [www.igc.xunta.es](http://www.igc.xunta.es)

## NUEVO MATERIAL DIDÁCTICO PARA LA ESO

Nuevo relato didáctico destinado a los alumnos de Primer y segundo Ciclo de la ESO de los 9 IES Melillenses. Tres mil ejemplares editados por la Viceconsejería de Sanidad y Consumo, con cuya lectura complementada con los Talleres se pretende a través de las peripecias de los personajes hacer conscientes a los jóvenes consumidores de su protagonismo y poder en la sociedad de consumo y de la información.

Derechos y deberes, ejercicio responsable de reclamar, alimentación equilibrada tendente a evitar trastornos alimentarios, prevención de anorexia y bulimia, comercio justo desde la perspectiva de la educación para la justicia, consumo sostenible y estrategias publicitarias son algunos de los principales temas tratados en el Relato, ambientados en la vida cotidiana y escolar de un grupo de alumnos/as de la ESO, cuyo protagonista principal llega a una nueva Ciudad.

LOS TALLERES SE REALIZARON EN LOS MESES DE MARZO Y ABRIL DE 2007



### «El consumidor en la sociedad de la información» (DVD)

#### Objetivos:

Promover en los consumidores y usuarios jóvenes actitudes adecuadas, y facilitar conocimientos y destrezas necesarias para que:

- > Puedan preservar sus intereses económicos
- > Sepan proteger su derecho a la intimidad
- > Estén capacitados para una adecuada gestión de la información
- > Estén prevenidos frente a técnicas de persuasión y manipulación más frecuentes en los medios de comunicación
- > Hagan un «uso saludable» de las nuevas tecnologías

**Nivel:** desde 2º ciclo de ESO, Bachillerato y Educación permanente

**Formato:** vídeo DVD de 49 minutos, dividido en capítulos, conteniendo además, entrevistas y Anexos con documentación para la realización de actividades propuestas en la Guía didáctica.

**Información:** [www.aragon.es/consumo](http://www.aragon.es/consumo)



[www.aragon.es/consumo](http://www.aragon.es/consumo)