

Pensar nuestro consumo

LOS ENVASES



Primaria

PROPUESTA DE TRABAJO

Los envases generan en la actualidad un volumen de residuos tal que su eliminación resulta cada vez más costosa, tanto por los recursos que se emplean para ello como por los efectos de contaminación que provocan en el medio. "Pensar" nuestro consumo diario a partir de una serie de actividades con los envases será el núcleo de esta ficha.

OBJETIVOS

- Conocer la función de los envases, materiales que se utilizan en su elaboración, costes.
- Valorar las ventajas e inconvenientes de cada tipo de envase, para el consumidor y para el medio ambiente.
- Fomentar hábitos de reciclaje y consumo que genere menos cantidad de residuos.

DESARROLLO

- Determinar la proporción aproximada de envases y envoltorios que tiramos a la basura. Realizar durante unos días un muestreo en casa. Seleccionar algunos para llevar a la clase.
- Análisis y estudio de cada envase: volumen en relación al producto, forma, tamaño, peso, publicidad, colores, materiales de que está elaborado.
- Buscar información bibliográfica o solicitarla a distintos organismos: OMIC, Asociación de Consumidores, Ayuntamiento, empresas.
- Realizar una mascota con todos los envases con los que se ha trabajado y colocar paneles informativos en el colegio comunicando los resultados de las investigaciones.



Sugerencias y Actividades

		P R O D U C T O S		
		leche		
CARACTERÍSTICAS DE LOS ENVASES	Medidas del envase			
	Volumen aprox. del producto			
	Forma del envase			
	Peso			
	Valoración de la publicidad			
	Material del que está hecho			
	De qué recursos naturales se obtiene			
	Precio del producto			
	Precio del envase			
	Otras observaciones			

Análisis ecológico

¿Qué quiere decir?

- Reciclable
- Retornable
- Reutilizable
- Ecológico
- Biodegradable
- Fotodegradable



Pensar nuestro consumo

Una vez se ha trabajado sobre las características de los envases ya podéis elaborar las conclusiones sobre los criterios a tener en cuenta a la hora de elegir los envases.

El reciclaje

Aunque hay envases que se catalogan como reciclables se precisa una serie de medidas y recursos para que ésto se pueda llevar a cabo.

Infórmate sobre la infraestructura que hay al respecto, consultar en el Ayuntamiento, AMA y otros organismos responsables.

Existe una medida más ecológica que el reciclaje: la reutilización; es mejor comprar productos en envases retornables.

Una "mina" en la basura

Los basureros de las grandes ciudades son verdaderas minas de metales: latas de aluminio, hierro, estaño...

En algunos países se obliga a fabricar las latas con un solo material para que pueda ser fácilmente recuperado. En España todavía no es vigente una normativa así.

Es interesante discutir con los alumnos sobre aspectos relativos a este tema:

- impacto ambiental de las minas
- recursos agotables/desarrollo
- recogida selectiva/reciclaje
- envases alternativos

Bibliografía

- NATERA MARIN, M^a L. (1991): *El libro del reciclaje*, A.M.A., Junta de Andalucía, Sevilla.
- THE EARTH WORKS GROUP (1991): *50 cosas que los niños pueden hacer para salvar la Tierra*, Emece, Madrid.
- ADENA WWF (1989): *Cómo proteger la naturaleza desde nuestra casa*, Consejería de Salud, Junta de Andalucía, Sevilla.
- DEL VAL, A. (1991): *El libro del reciclaje*, Integral, Barcelona.

Análisis de la publicidad

POR UN CONSUMO MAS CRÍTICO Y SOLIDARIO



Secundaria

PROPUESTA DE TRABAJO

La búsqueda de una mejor calidad de vida y bienestar social, se identifica frecuentemente con el consumo elevado de productos. Esto explica, en muchos casos, el desarrollo de la publicidad actual. Proponemos un estudio de los tipos de publicidad, medios y estrategias que se utilizan para llegar a los consumidores, valorando sus aspectos positivos y las posibles repercusiones negativas sobre las actitudes que afectan indirectamente al medio ambiente y a la salud.

OBJETIVOS

- Adquirir recursos y herramientas cognitivas que nos permitan analizar de forma crítica las estrategias y valores que transmite la publicidad.
- Tender hacia un consumo más provechoso (acorde con nuestras necesidades y posibilidades), solidario con los demás y responsable con el medio ambiente.
- Desarrollar la participación activa en la defensa del consumidor, conociendo nuestros derechos en el tema de la publicidad y haciéndolos valer.

DESARROLLO

- Para introducir la actividad y motivar al grupo, comenzar describiendo tres anuncios publicitarios, el medio de comunicación en el que aparecen y por qué lo recuerdan; desarrollar en torno a ello un coloquio sobre los medios y estrategias que emplea la publicidad para conseguir sus objetivos.
- Grabar anuncios en la TV y llevar al aula toda clase de revistas. Con este material llevaremos a cabo un análisis de los contenidos, métodos publicitarios, así como valores que transmite. Mensajes directos, indirectos, ocultos...
- Plantear y discutir otros interrogantes: tipos de publicidad, ¿quién paga la publicidad?, ¿encarece el producto? Ventajas e inconvenientes para el consumidor. ¿Está regulada por la legislación? ¿Cómo funciona una empresa publicitaria?... y otros que planteen los alumnos.
- ¿Cómo defendernos de la publicidad? Propuestas y actuaciones.



Sugerencias y Actividades

FICHA: ANALIZAR UN ANUNCIO PUBLICITARIO

MEDIO DE COMUNICACIÓN	
PRODUCTO	
ESLOGAN (MENSAJE PRINCIPAL)	
Dimensiones o duración: % espacios informativos % espacios no informativos	
Qué prometen al consumidor	
Qué valores transmite	
Qué actitudes muestra respecto al medio	
¿Hay algún mensaje oculto?	
Es un producto necesario	

Diseño de una campaña: *Vender un producto*

1. Elegir un tipo de producto (yogur, mermelada, queso, jabón...) y elaborarlo en clase a partir de las materias primas necesarias. Por grupos, pensar una campaña publicitaria destinada a vender más "nuestra marca" que las demás: aspectos informativos (etiquetado), diseño en función de a quién queremos llegar y qué mensaje queremos lanzar, coste de la campaña (medios de comunicación, tiempo invertido en el diseño, personas que han participado), coste del producto.
2. Discutir, valorar y elegir: el anuncio más atractivo, el que informe mejor al consumidor, el que contiene mensajes engañosos o escondidos y muchos otros que se os ocurran.

Cada grupo de trabajo tendrá que analizar algunos anuncios para poder obtener porcentajes medios significativos.

Una vez analizados, se pondrán en común los datos de los distintos grupos de trabajo y se elaborarán las conclusiones.

CLAVES GRÁFICAS

- Composición de la página
- Formas y colores
- Imagen principal
- Imágenes secundarias
- Línea visual principal (1/3 margen superior)

Campaña para cambiar hábitos

Se trata de elegir un comportamiento cotidiano para cambiar: usar papel reciclado, apagar la luz al salir del cuarto de baño, ahorrar agua, ir en bicicleta al centro, etc. Diseñar diversos tipos de campañas en grupos y evaluar cuál es más efectiva. En cualquier caso es recomendable ponerlas en práctica de una en una.

Juego de simulación

- Organizar el trabajo en grupos, asumiendo distintos roles, para exponer y defender su punto de vista respecto a la publicidad, documentado y argumentado lo mejor posible (pueden ayudar nuestras sugerencias de actividades): empresa publicitaria, asociación de defensa del consumidor, medios de comunicación y fabricantes de varios productos de diferentes marcas... Puede grabarse la discusión entre los diferentes roles y posteriormente escribir un informe a partir de ella, con las opiniones y conclusiones del grupo, aspectos positivos y negativos de la publicidad para el consumidor, qué hay que saber para poder defenderse del ataque publicitario: estrategias publicitarias legales e ilegales...
- Será interesante fotocopiar y publicar este informe, enviando copias a otros colegios, asociaciones de vecinos, medios de comunicación local, etc.

Hacer papel con plantas herbáceas



Primaria/Secundaria

PROPUESTA DE TRABAJO

El cultivo de plantaciones forestales para la industria papelera ha ocasionado graves problemas ambientales en nuestros espacios naturales. El actual Plan Forestal Andaluz intenta cambiar dicha gestión mediante la repoblación con especies autóctonas. Ante la gran demanda de papel en la sociedad de hoy, hay que buscar nuevas alternativas: el reciclaje de papel usado es la más conocida. Quizás no lo sea tanto el uso de otras materias primas para la fabricación de pasta de papel, como las plantas herbáceas silvestres cultivadas en secano o los trapos. Proponemos que tras conocer la situación actual respecto a este tema, se elabore en clase papel con paja de cereal.

OBJETIVOS

- Ser conscientes del consumo diario de papel y valorarlo en función de nuestras necesidades y la problemática ambiental que implica.
- Conocer los diversos aspectos de la fabricación de papel: materias primas, gasto energético, residuos, problemática forestal, etc.
- Fomentar alternativas de producción menos agresivas con el medio.

DESARROLLO

- Preparar una encuesta para preguntar sobre los usos cotidianos del papel a padres, hermanos, vecinos (con distintas profesiones) y obtener datos sobre este tema. Elaborar los datos en grupos, contrastar la información y sacar conclusiones: ¿en qué se gasta?, ¿qué actividades diarias necesitan papel?, ¿qué tipo y cuánta cantidad?, ¿qué se hace con el papel usado?...
- Investigar para conocer la realidad actual de la industria papelera en Andalucía: materias primas utilizadas, proceso industrial, consumo de agua y energía, residuos que genera, problemática derivada de las plantaciones de árboles (roturaciones, aterrazamientos, empobrecimiento o destrucción del suelo...).
- Elaborar papel con paja y con papel usado, en caso que este proceso no se conozca.
- Plantear y acordar propuestas para contribuir de forma positiva al mejor aprovechamiento de los recursos naturales.

