



GUÍA Jóvenes por un Consumo Responsable



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR



TUS DERECHOS CADA VEZ MÁS A MANO

e-mail: consultasmasamano@salud-juntaex.es

<https://saludextremadura.ses.es/masamano>



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor

Elaboración: Técnicos del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.

Ilustraciones: Carolina Calvo Ramos

Edita: **CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR**

Instituto de Consumo de Extremadura

Vicepresidencia Segunda y Consejería de Sanidad y Servicios Sociales

Agradecimientos: A todos los/las trabajadores/as del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, por su compromiso y extraordinario trabajo que han hecho posible la presente guía.

1ª Edición. Mérida 2023

C/San Salvador, 9
06800 MÉRIDA
BADAJOZ

<https://saludextremadura.ses.es/masamano>



Entre las principales funciones que tiene encomendadas el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, se encuentran las de formar e informar a las personas consumidoras, sensibilizando y potenciando la participación ciudadana para un cambio de actitudes en favor de un consumo responsable y consciente de los derechos y deberes que tenemos como protagonistas del acto de consumo.

Dentro de este marco, el Estatuto de los Consumidores de Extremadura calificó a los menores de edad como colectivo de especial protección partiendo de su incorporación temprana al mundo del consumo y a su entrada mayoritaria en él a través de las nuevas tecnologías.

De igual forma, la agenda Europea del Consumidor, pretende hacer frente a los nuevos retos en materia de derechos y capacitación de los consumidores desde la transición ecológica y digital para proteger eficazmente a los consumidores más vulnerables.

Combinando estos dos objetivos, y como responsable final del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, me satisface presentar esta Guía de Jóvenes por un Consumo Responsable con el objetivo de, favorecer una educación integral de los jóvenes en materia de consumo.

Se trata de hacer frente a estos nuevos retos educando a nuestros jóvenes en un consumo informado, responsable y solidario, en el que se aborden formas distintas de analizar, sentir y vivir en nuestra realidad consumista.

Ponemos este recurso al servicio los jóvenes como apoyo para abordar el consumo responsable de forma sencilla y que forme parte de su proceso educativo de desarrollo personal y social.

La finalidad de esta Guía no es otra que formar a los jóvenes en el ejercicio activo de la ciudadanía, disponiendo de claves de lectura del mundo, de análisis de la información y de conciencia crítica global. Su éxito estribará en alcanzar un compromiso individual y colectivo con el cambiante medio que nos rodea para favorecer una serie de actitudes que promuevan el consumo responsable, crítico y objetivo.

Mis mejores deseos para que esta Guía alcance los objetivos y fines pretendidos y se convierta en una referencia para todos los jóvenes extremeños en su introducción cada vez más prematura en el mundo del Consumo.

Guía “Jóvenes por un consumo Responsable”
¡El futuro es tuyo!



Guía “Jóvenes por un consumo Responsable”

¡El futuro es tuyo!

Presentación

La Guía de Jóvenes por un Consumo Responsable se enmarca en una de las líneas de actuación del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, organismo dependiente del INCOEX, atendiendo a los objetivos de la agenda 2030.

La finalidad de esta Guía es fomentar cambios de comportamientos personales y colectivos en las y los jóvenes de nuestra Comunidad Autónoma y favorecer el compromiso con un estilo de vida más sostenible. Todo ello, con el propósito de alcanzar unos niveles de consumo más responsable y promover una cultura más justa y solidaria.

Con la intención de promover el consumo sostenible y hacerlo más accesible a los jóvenes, en La Guía de Jóvenes por un Consumo Responsable, utilizamos un enfoque amplio e inclusivo y se proponen diferentes bloques temáticos relacionados con el consumo responsable, sostenible, ético y de cercanía.

Se ha puesto especial énfasis en el análisis y desarrollo de actitudes críticas ante el modelo actual de consumo, proporcionándoles recursos y alternativas de transformación para aprender a utilizar nuestro poder como personas consumidoras para intervenir de una forma activa en mejorar nuestra sociedad.

La escuela es un espacio idóneo para fomentar la adquisición de nuevos hábitos y formas de consumo; para ello, con La Guía de Jóvenes por un Consumo Responsable se ha pretendido proporcionar materiales, herramientas y recursos de apoyo al profesorado y a los jóvenes impulsando con ello el consumo responsable entre los jóvenes.

Educando consumidoras y consumidores responsables.

Educando en consumo responsable
Fomentamos el RESPETO.
Respeto hacia el medio ambiente
y Respeto hacia otros pueblos y futuras generaciones.

Todas las personas consumimos. No cabe duda de que para vivir es necesario consumir; necesitamos alimentos, calzado, ropa, transporte, servicios... La publicidad nos intenta convencer de que cuanto más consumamos más felices seremos.

Lo que no refleja, más bien oculta, son las repercusiones sociales y medioambientales que tiene la producción de esos bienes y servicios que se nos incita a comprar. Es importante pensar en cuáles son realmente las cosas que necesitamos, para efectuar un consumo responsable y no caer en el consumismo.

El modelo económico actual se basa en la obtención del máximo beneficio económico a corto plazo. Las personas y los recursos naturales quedan reducidos a meros factores de producción, para ser usados y desechados según convenga, sin reparar en las graves consecuencias que tienen las injustas condiciones de trabajo, la degradación del medio ambiente y la sobreexplotación de los recursos.

Este modelo es insostenible e inaceptable. Cada vez saltan más alarmas acerca de los graves problemas ocasionados por este modo de producción y consumo.

Consumir de forma responsable supone adoptar el compromiso de renunciar a lo que realmente no necesitas y llevar un estilo de vida que permita niveles de consumo más sostenibles.

Os presentamos a Mateo y Lola, nos van a ayudar a explicaros algunas cosas y a indicaros cuales son las informaciones más importantes de cada uno de los temas que desarrollamos en esta guía.



Ser críticos con nuestro consumo, informarnos acerca de las condiciones en las que ha sido elaborado un producto; reducir, reutilizar y reciclar, así como practicar un consumo respetuoso con el medio ambiente, con las personas y las culturas, son los compromisos de las personas consumidoras.

Objetivos generales

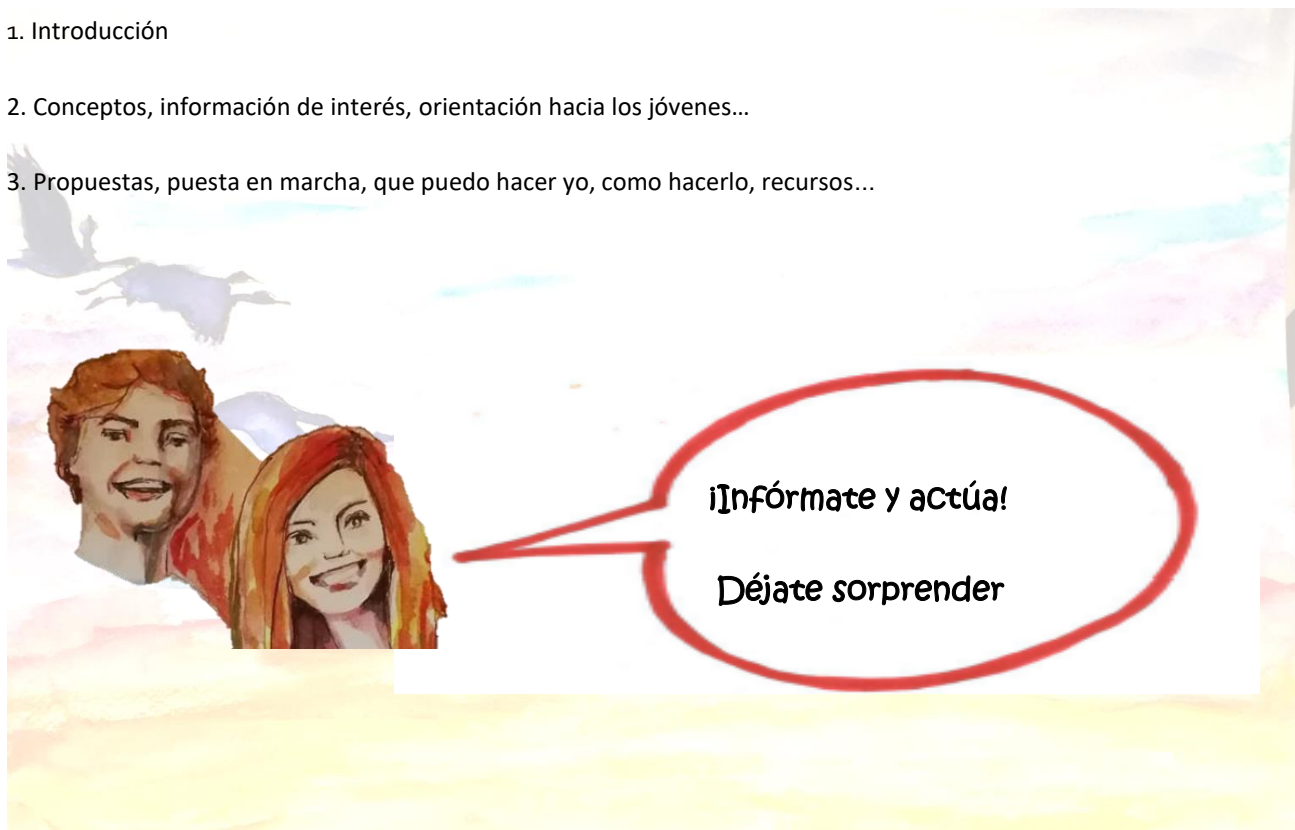
Los objetivos generales de la Guía “Jóvenes por un consumo responsable” son los siguientes:

- Dotar a los jóvenes de conocimientos suficientes para desarrollar actos de consumo con seguridad, objetividad y libertad.
- Desarrollar la capacidad crítica de análisis ante la realidad de consumo, ofreciendo alternativas al modo de vida consumista.
- Promover un consumo respetuoso con el medio ambiente, sostenible, solidario, socialmente justo y de cercanía.
- Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- Generar actitudes críticas ante los medios de comunicación y los nuevos modelos de consumo on-line.

En esta guía encontrarás temas muy interesantes sobre diferentes áreas de consumo desarrollados de forma que de un solo vistazo podréis conocer la información más relevante y actual de cada tema.

Desarrollo de cada tema

1. Introducción
2. Conceptos, información de interés, orientación hacia los jóvenes...
3. Propuestas, puesta en marcha, que puedo hacer yo, como hacerlo, recursos...



Esta Guía pretende ayudarte a descubrir el poder que tienes en tu vida diaria, y si te gusta navegar, te sugerimos webs donde podrás buscar más información e iniciativas para pasar a la acción. También te trasladamos algunas ideas para realizar propuestas en tu centro educativo y puedes compartir tus descubrimientos con tu familia, amigos, vecinos..... **"Anímalos a ser parte de la solución"**

1. Orientaciones para docentes y Educadores

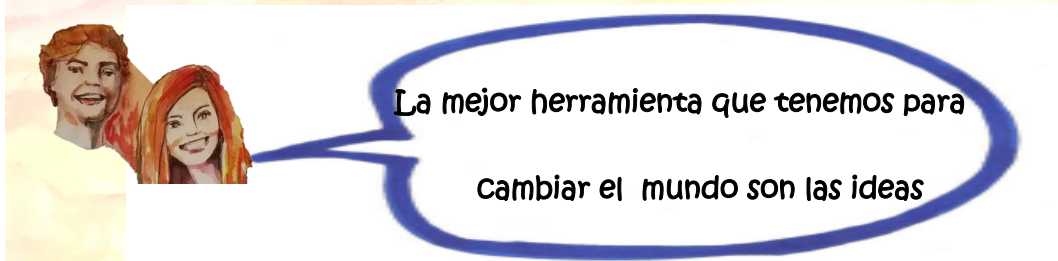
Algunas recomendaciones para trabajar los temas en el aula:

1. Trabajar la motivación a través de dinámicas
2. Trabajo en grupo
3. Exposiciones en clase
4. Puesta en común

Con esta guía pueden realizarse múltiples aplicaciones didácticas, de acuerdo a los intereses y necesidades se pueden plantear, planificar, seleccionar y ordenar con objeto de construir una propuesta pedagógica adaptada al alumnado.

Hemos creado unos materiales muy amplios, que se complementarán con actividades prácticas, en los que cada tema puede trabajarse de manera independiente. Aunque la guía está enfocada a la población juvenil creemos que es una buena herramienta de trabajo en el aula desde una perspectiva de la educación crítica.

La mejor herramienta que tenemos son las ideas; el desarrollo de las potencialidades humanas, la inteligencia, la creatividad y el talento son cualidades que deben ser potenciadas en los sistemas educativos, con la intención de formar a una ciudadanía activa, crítica y comprometida con el futuro.



... qué podríamos hacer en nuestra vida cotidiana para consumir de una forma
cada vez más responsable.
Seguro que se te ocurre algo..

¿Cómo ser consumidores responsables?

- **Exige** información y transparencia cuando compres
- **Adquiere** productos que no perjudiquen el medio ambiente
- **Opta** por productos que hayan sido elaborados respetando los derechos de las personas que lo han producido
- **Se consciente** de tu poder con un consumo ético, crítico y justo.
- **Tenemos derechos** como personas consumidoras y debemos ejercerlos
- **Tenemos deberes** como consumidores responsables
- **Apoya** métodos de producción y comercialización más sostenibles a través de tus compras
- **Rechaza** aquellos métodos de producción y comercialización que no sean justos
- **Huye** de la publicidad engañosa
- **Cuestiona** el mundo de las marcas y de las grandes promesas
- **Consume** de forma responsable
- **Tú tienes la última palabra...utilízala!**
- **Tú tienes el poder con la cesta de la compra**



Índice Temas



1. Consumo Responsable 13

- Introducción al Consumo Responsable 14
- Huella ecológica 18
- Cambiando el Cambio climático 22



2. Decisiones de compra 24

- El poder de las decisiones 25
- Armario ético y ecológico 27
- Ocio y Turismo Responsable 32



3. Residuos 35

- La rueda del consumo 36
- Nuevas tendencias del reciclaje 40
- Las 7 R 44



4. Alimentos 49

- En busca de la receta perfecta 50
- Alimentos ecológicos y sostenibles 54



5. Publicidad 58

- ¿Quién decide? 59
- Publicidad y consumo 63
- ¿Cómo he podido vivir sin esto? 65
- Medios de comunicación y jóvenes 71
- Contrapublicidad 76



6. Nuevos modelos de consumo Online 79

- Vivir en red o enredados 80
- Juegos online 86
- Redes Sociales 89
- Comercio electrónico 94



7. Derechos de las personas Consumidoras: 98

- Sin dudas, reclama 99



8. Consorcio Extremeño de Información al Consumidor 104

**“Mucha gente pequeña, en lugares pequeños,
haciendo cosas pequeñas, puede mover el mundo”.
Eduardo Galeano**

Haciendo cosas pequeñas para mover el mundo

- **Reflexiona** sobre tu consumo y tu vida. Consumir de forma responsable para vivir mejor
- **Infórmate** sobre el mundo de la publicidad y las marcas a fin de saber en qué condiciones se han producido los productos que venden
- **Desplázate** usando el transporte público, la bicicleta o simplemente ¡anda!
- **Ahorra** agua y energía, consúmela de manera responsable, utilizando lo necesario
- **Recicla**, separa la basura, utiliza contenedores de pilas y aceites. Acércate al punto limpio
- **Usa** productos ecológicos, no contaminantes y reciclados. Lleva tu propia bolsa de tela
- **Recupera** la dieta tradicional mediterránea sin precocinados ni sobre embalajes
- **Reutiliza** la ropa y los muebles en mercados de segunda mano
- **Dedica** tu tiempo a tus amigos y tu familia
- **Implicate**, participa activamente, ¡el futuro es tuyo!

1. Consumo Responsable



Consumo responsable

Huella ecológica

Cambiando el Cambio climático

Introducción al Consumo Responsable

Vamos a comenzar explicando diferentes conceptos relacionados con el Consumo Responsable desde la perspectiva de la globalización del consumo y los efectos del consumo desmesurado.

Comenzamos con un poco de historia para que conozcáis la organización económica de los países y los mercados. Con el fin de la II Guerra mundial se crea una nueva estrategia económica de acumulación de capital y liberalización absoluta de los mercados que es lo que conocemos como **GLOBALIZACIÓN**. Como todo proceso tiene sus cosas buenas y sus cosas no tan buenas.

Aspectos beneficiosos de la Globalización:

- Hay mayores posibilidades económicas para todos/as
- Competencia entre los países (el incremento de dinero extranjero en el país permite aumentar su ahorro nacional)
- Posibilidad de movilidad geográfica
- Expansión de los medios de comunicación y las tecnologías (aumenta el conocimiento de lo que ocurre en todas las partes del mundo)
- Posibilidad de disponer de los avances médicos de otras partes
- Acceso al arte, la cultura, la música, conocimiento de otras culturas



Aspectos negativos de la Globalización:

- Aparecen las grandes desigualdades sociales (Norte-Sur) Desigualdad en el reparto de las riquezas.
- Crisis financiera global (desplome de mercados)
- Crisis ecológica. Cambio climático, destrucción, contaminación, agotamiento de recursos, especies extinguidas...
- Provoca grandes movimientos migratorios. La mayoría de la población no tiene cubiertas las necesidades básicas (alimentación, salud, educación, vivienda...)
- Se tiende a la homogeneización cultural



Otro concepto directamente relacionado con la globalización y liberalización absoluta de los mercados es lo que conocemos como **CONSUMISMO**. Si consumo es un término que se utiliza para describir el acto de adquirir bienes o servicios necesarios para satisfacer una necesidad primaria o secundaria. El Consumismo es la actitud de consumir de forma desmedida o desmesurada sin tener en cuenta las necesidades reales, ni las consecuencias negativas sociales o medioambientales que genera este consumo excesivo.



Gastamos el dinero que no tenemos
en cosas que no necesitamos.

Los resultados de este **consumo desmesurado** son catastróficos para las poblaciones que quedan aún más desprotegidas: Las reglas del juego del comercio mundial, marcadas por los países ricos y las empresas multinacionales, marginan a pequeños productores donde los ingresos de millones de familias dependen de la exportación de sus productos, pero los precios que reciben por sus productos no les permiten vivir dignamente de su trabajo y se ven obligados a realizar trabajos en fábricas o talleres en condiciones de explotación. La competitividad y el máximo beneficio económico se convierten en la norma, sin importar el coste social y ambiental, generando pobreza, aumento de las desigualdades y de la exclusión, agotamiento de los recursos naturales, contaminación...



Frente a estas injusticias, queremos transmitir que otro comercio es posible, el **CONSUMO RESPONSABLE**. Así de sencillo, **Consumo y responsabilidad**. Debemos empezar por tomar conciencia de cómo actuamos en el mundo, saber dónde va el dinero que gastamos, pensar antes de comprar teniendo una visión integral del producto que consumimos y hacernos algunas preguntas. Te mostramos algunas:

Los hábitos de las personas consumidoras son una parte importante de la solución. El precio no puede ser lo único que valoremos a la hora de elegir productos o servicios, es nuestra responsabilidad individual y colectiva demandar el respeto a los derechos humanos y a la sostenibilidad en todo el proceso de la cadena productiva y de comercialización hasta que un producto llega a nuestras manos.

¿Qué voy a comprar?	¿Por qué voy a comprar?	¿Dónde voy a comprar?
Esto es, preguntarse por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un producto, ser críticos ante la publicidad y la moda, valorar a los demás por lo que son y no por lo que tienen, que elige y conserva lo que necesita.	Aquí nos preguntamos si realmente necesitamos el producto, que tipo de residuos genera, donde se fabrica y se extrae su materia prima, si en su producción se ha producido algún tipo de injusticia social y el impacto medioambiental de su producción y transporte.	Es elegir el lugar donde compramos donde la producción y el comercio están al servicio de las personas, reduciendo el número de intermediarios para que el productor reciba un precio justo por su trabajo y su producto.
Consumo crítico	Consumo ético	Consumo justo



Buscar otras formas de consumo es posible,
hay alternativas, solo hay que querer
encontrarlas



¿Qué puedo hacer yo?

“Únete a la filosofía eco friendly” te contamos como lograrlo

Eco friendly se aplica tanto a personas como a productos. Ser eco friendly supone llevar una forma de vida que sea sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Con productos eco friendly nos referimos a aquellos que no son dañinos para el planeta.

La filosofía eco friendly afecta a muchos aspectos de tu vida, desde lo que comes, a lo que compras o cómo te mueves por el mundo.



Tu consumo puede cambiar el mundo.
Brenda Chávez

Huella ecológica



Huella ecológica

El concepto "huella ecológica" surge como un indicador de sostenibilidad que trata de medir el impacto que nuestro modo de vida tiene sobre el entorno.

Si los habitantes de la tierra seguimos manteniendo el estilo de vida actual, necesitaremos más de 3 planetas para obtener los recursos que nos permitan vivir.

Muchas de las actividades y acciones cotidianas que desarrollamos conllevan consecuencias sobre el medio ambiente; cómo nos desplazamos, cómo compramos, qué comemos, qué fuentes de energía utilizamos y cómo las usamos...

Aunque no seamos muy conscientes de ello, el hecho de que tengamos hábitos de vida respetuosos con el medio ambiente hace que podamos contribuir en la reducción de la huella ecológica.



Todos tenemos un impacto directo sobre el medio ambiente debido a nuestras actividades diarias, por lo que también podemos calcular nuestra propia huella ecológica. El reducir nuestra huella ecológica personal implica contribuir a reducir, en una pequeña, pero siempre importante parte, la huella ecológica de nuestro país.

<https://ecourbe.org/2015/03/23/247/>

Podemos calcular nuestra huella ecológica para factores de nuestra vida diaria: Consumo de energía, Consumo de agua, Uso de transporte y Residuos y materiales a través de las aplicaciones que ponen a nuestra disposición multitud de organizaciones.

Conceptos básicos

¿Sabes el impacto ecológico que provocas con tu “forma de vivir”?

Una idea es partir de la Huella Ecológica para aproximarnos. Ésta, se utiliza como un indicador para saber cuál es el impacto que nuestros estilos de vida provocan sobre el medio ambiente. Es decir, es un indicador de sostenibilidad, que nos ayuda a conocer los efectos que nuestros hábitos de vida y consumo revierten sobre nuestro ecosistema, la cantidad de recursos que serían necesarios para poder sostener esos hábitos y la capacidad para absorber los desechos que se generan.

Estos son algunos de los efectos que provocamos:

- Malgasto de recursos naturales
- Contaminación de la atmósfera
- Contaminación de las aguas
- Generación de enormes cantidades de residuos
- Dependencia de los recursos no renovables
- Deforestación y Desertificación



Procuremos que siempre nuestros actos dejen
una huella verde en nuestro camino

¿Cómo puedes calcular la Huella Ecológica de forma individual? La huella ecológica mide el área de tierra y océano, expresado en hectáreas globales, que necesitaría cada ciudadano para sostener el consumo de alimentos, energía, agua, servicios, vivienda etc., así como asumir los residuos generados.

Para calcularla, internet nos ofrece multitud de cuestionarios de cálculo con preguntas sobre qué compramos, cómo nos desplazamos, en qué tipo de vivienda vivimos, cómo utilizamos la energía... Cada respuesta a estas preguntas obtiene una puntuación, que sumadas al final, nos dirá cuántas hectáreas globales de nuestro planeta son necesarias para sostener nuestro estilo de vida y consumo. Es un cálculo aproximado, pero te puedes llevar una sorpresa.



¿Qué puedo hacer yo?

Como consumidores responsables, podemos hacer muchísimas cosas en nuestra vida cotidiana para contribuir a preservar nuestro medio ambiente.

- **Camina, monta en bici, utiliza el transporte limpio** para desplazarte.
- **Comparte coche.** Reducirás las emisiones de CO₂.
- **Ahorra energía.** Utiliza sistemas de bajo consumo.
- **Ahorra agua.** Reducir el consumo de agua en casa,
- **Mira el etiquetado de la ropa.** Compra ropa que acredite su procedencia y su elaboración.
- **Practica el Comercio Justo.** Consume ropa y alimentos con indicativos que garanticen que han sido producidos de forma justa con la población local y el ecosistema en el que han sido elaborados.
- **Practica las "R"**
- **Di "no" al sobre embalaje.** Evita los envases y plásticos.
- **Evita la "filosofía" de Usar y Tirar.**

Cambiando el Cambio Climático.

El cambio climático es la transformación global del clima del planeta, según nos explica el Ministerio para la Transición Ecológica. Se produce tanto por causas naturales como por la acción del ser humano.

El calentamiento global es un incremento de la temperatura media de la atmósfera de la Tierra y la superficie oceánica en el tiempo. ... En ella se atrapa más calor del Sol y como resultado, nuestro planeta se calienta mucho más, como si se tratara de un invernadero.

El efecto invernadero es un proceso que ocurre cuando los gases que producimos van a la capa de aire que está alrededor de la tierra, la atmósfera. Esos gases se van acumulando y no permiten que el calor salga hacia el espacio; por eso es por lo que la temperatura de la tierra aumenta. Este efecto es cada vez mayor por la mayor cantidad de gases, CO₂, que emiten muchas actividades humanas, como la industria, la ganadería intensiva o el transporte.

El mayor acuerdo internacional ha sido el Protocolo de Kioto de la ONU, cuyo objetivo era el compromiso de todos los países firmantes para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.



Información de interés

Tú eres parte de una nueva generación que tiene en sus manos la posibilidad de construir una mejor sociedad, de alzar la voz y poner en la discusión pública los problemas de tu entorno, pero también, las posibles soluciones.

En diferentes regiones del mundo asociaciones, algunos grupos y personas particulares han

venido investigando y poniendo en práctica una serie de medidas con el fin de adaptarse a las modificaciones climáticas, haciendo uso de diversas estrategias como el rescate de saberes y formas de utilización del territorio, sirviéndose de nuevas tecnologías, la reducción del uso de combustibles fósiles, la práctica de la agroecología y el uso de energías alternativas, así como la recuperación de bosques, etc.



¡Es hora de ponerse en marcha!

¿Qué puedo hacer yo?

Existen multitud de pequeñas acciones que pueden suponer un importante cambio para el planeta, te proponemos algunas de ellas.

- **Ahorra energía.** Fíjate en las etiquetas de los electrodomésticos. Ajusta siempre el termostato, tanto para la calefacción como para el aire acondicionado.
- **Consumir de manera más inteligente:-** productos de proximidad y de temporada: lee el etiquetado, mejor productos ecológicos y sostenibles.- ya que en su producción se usan menos pesticidas y otros químicos.- Evita todo lo que puedas los embalajes excesivos y los alimentos procesados.
- **Actúa contra la pérdida de bosques;** Planta un árbol En toda su vida, puede absorber hasta una tonelada de CO₂

2. Decisiones de compra



- El poder de las decisiones
- Armario ético y ecológico
- Ocio y turismo responsable

El poder de las decisiones

La mayoría de las empresas tienen un factor común, independientemente del sector al que se dediquen, y es que su primer objetivo es el mismo: vender. Existen distintos tipos de acciones que estudian la psicología de las personas consumidoras, una de ellas es el marketing, para poder influir en la decisión de compra, que es llevada a cabo por las empresas y grandes multinacionales. Estudian los procesos de toma de decisiones de las personas a la hora de comprar en la que juegan un papel decisivo tanto el interés de las empresas como el comportamiento de la persona que compra.

Conceptos básicos

Os lo explicamos con algunos ejemplos:

LA ESCASEZ: Cuando un producto posee una alta demanda social, por la escasez del mismo, o al menos nosotros creemos eso, nuestro interés por poseerlo aumenta automáticamente y podemos pensar; “Si algo escasea, es porque todos lo quieren. Y si todos lo quieren, es porque tiene que ser bueno”. Esto no necesariamente es así y debemos pensar bien antes de comprar y por qué lo compramos.

Por ejemplo, la venta de entradas para un concierto: si dicen que se están agotando influye en la decisión de compra de tal manera que solo se piensa en que se van a agotar y no, en el precio, la seguridad de la web en la que está realizando la compra, devolución, etc. que pueden generarnos problemas después.



Existen muchas formas distintas de influenciar la decisión de comprar, hay que estar atentos para conocerlas y tomar las decisiones con fundamento.

MERCHANDISING: Es la forma de publicitar, atraer e incitar a la compra. Un ejemplo: los grupos musicales, su actividad principal es vender la música que producen, ya sea en formato digital, en formato físico o a través de conciertos en vivo. En este caso, el merchandising son las camisetas, los accesorios, gorras, etc., que el grupo musical, como marca, vende.

Otro ejemplo: los **supermercados realizan cambio de ubicación de los productos** dentro de la tienda, así, si cambia los productos de sitio, das más vueltas hasta volver a encontrar el producto que ahora no está donde antes y vas viendo otras cosas de camino que compras de manera inconsciente, y que no tenías pensado comprar hasta encontrarte con ellas.

Información de interés

Existen muchas formas distintas de influenciar la decisión de compra. Pero nosotros debemos evitar las influencias del mercado en nuestros hábitos de consumo y ser capaces de tomar nuestras propias decisiones de compra sin influencias externas, ya que nuestra decisión de compra es muy importante para cambiar el escenario del mercado y cambiar las cosas que no nos gustan (explotación de menores en industria textil, contaminación y cambio climático, desigualdad entre países ricos y pobres, desaparición de la agricultura en nuestro país, etc.)



Con pequeños gestos en nuestra forma de comprar podemos cambiar el mundo, está en nuestra mano aprender a consumir sin dejarnos influenciar.

¿Qué puedo hacer yo?

¿Cómo podemos hacer para evitar que influyan en nuestras decisiones de consumo?

- Tenemos que ser más críticos con lo que compramos: mirar y comparar calidad del producto, no conformarnos con solo ver lo que dice la publicidad, sino fijarnos bien en las características del producto y no acceder con cualquier cosa que nos quieran vender.
- Más **solidarios** valorando que el precio de un producto no es lo más importante, mirar bien el etiquetado del producto, nos va a dar mucha información.
- Más **responsables**, comprar en el mercado local, ayuda a conservar nuestros productos locales y el trabajo de las personas que a ellos se dedican.
- **Reducir, reutilizar y reciclar** ayuda a terminar con el consumismo exagerado y dejar de comprar productos que realmente no necesitamos y que su adquisición no nos hace más felices.

Armario ético y ecológico



Armario ético y ecológico

Comprar unos pantalones, una sudadera, una camiseta o unos zapatos tienen más efectos ambientales, sociales y económicos de los que pensamos. Desde la etapa inicial de recolección de la materia prima, pasando por la etapa de fabricación del producto, hasta los medios de transporte utilizados para llevarlo de un lugar a otro, la compra de ropa afecta en mayor o menor medida a todo nuestro planeta y a la vida de millones de personas. Por ello, si tienes que renovar tu armario debemos ser conscientes así aportarás tu granito de arena al cuidado del medio ambiente y a la mejora de las condiciones de vida de las personas. **Comprar solo lo necesario**, seleccionando los productos y servicios teniendo como referencia la calidad, el precio, impacto ambiental.



Conceptos básicos

Moda circular: el proceso comienza con la recogida de materia prima, retales, ropa usada y ropa nueva que no se ha vendido, residuos con los que se fabrica un algodón sostenible. Una vez seleccionadas las prendas por colores se cortan en pequeños pedazos para recuperar el algodón.

Moda sostenible: toda prenda o complemento que respete el medio ambiente, la salud humana y de las personas trabajadoras, y que potencie el uso de materiales sostenibles, que evite transportes innecesarios, fomente la reutilización de materiales existentes y la producción local.

Huella de carbono: Es un indicador ambiental que pretende reflejar «la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto».

Etiquetado ecológico puede ayudar a los consumidores a tomar decisiones con mayor conocimiento de causa. Por ejemplo, la etiqueta ecológica de la UE identifica los productos y servicios que tienen un escaso impacto ambiental durante todo su ciclo de vida.

Información de interés

¿Sabías que...?



- En Europa se generan más de 16 millones de toneladas de residuos textiles
- La ropa no es basura, puede tener hasta siete u ocho vidas más, la tecnología, hoy por hoy, nos permite transformar residuos textiles en hilo reciclado de gran calidad.
- Se requieren 7500 litros de agua para confeccionar unos pantalones, una cantidad equivalente a la que bebe una persona en siete años.
- La industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global
- La producción de ropa y calzado produce el 8% de los gases de efecto invernadero. La moda es la segunda industria que más contamina.
- En España “se tiran cada año 900.000 toneladas a vertederos. Cada español desecha cada año entre 12 y 14 kilos de ropa.
- De media, el 70 % de las prendas que tenemos en nuestros armarios no se utiliza. Compramos una media de nueve kilos de ropa anuales, en los que invertimos unos 450 euros.

- La gran mayoría de ropa que encontramos en nuestras tiendas fueron confeccionadas en países empobrecidos. De los 29 euros que pagamos por una camiseta, sólo 0.18€ van a parar a las trabajadoras.

¿Cómo puedo tener un armario ético y ecológico?

- Mediante la realización y organización de **mercadillos físicos**. Hacer un swap party: Es una manera de dar salida de forma divertida a la ropa que no necesitamos o no queremos en nuestro nuevo armario.
- Segunda mano**: También puedes vender y comprar de segunda mano. Numerosas páginas web o aplicaciones ofrecen un servicio de venta y compra de ropa de segunda mano entre particulares: Chicfy, Wallapop, Percentil, Yanomelopongo, Vestissimo...
- Donar tu ropa**: Cada vez nos encontramos en nuestras ciudades más contenedores de distintas organizaciones donde donar ropa para los más necesitados. Algunas de las entidades a las que puedes llevar la ropa que no utilizas: Cáritas, Fundación Humana, Nolotiro.org, Oxfam Intermón...Además, algunas tiendas de moda se han apuntado a la recogida de ropa usada.


50 marcas de moda sostenible y ecológica en España para comprar online

<https://elbiensocial.org/tiendas-online-de-moda-sostenible-y-responsable-en-espana/>
- Alquiler de ropa y accesorios**: Alquilar ropa es, en realidad, pagar por el uso. Es un servicio que puede resultarnos aún extraño en este caso pero que utilizamos continuamente en otros sectores: oficinas, coches, hoteles por horas... Aunque todavía constituye una práctica no muy conocida (en España) y funciona sobre todo por Internet. El más conocido en España es Ecodicta.
- Tunear y reconvertir la ropa**: Muchas veces podemos reconvertir un vestido de noche en otro de cóctel o cambiarle ciertos detalles como un fajín y convertirlo en uno nuevo. También puedes elegir una prenda que ya no usas y "tunearla" para ponerla a la moda.

Si al final decides comprar ropa en tiendas... ¿Dónde comprar?

Si queremos ropa de primera mano, es importante preguntarnos a qué tipo de comercio queremos favorecer, así como las implicaciones sociales y medioambientales de los procesos que las hicieron posibles.



Echa un vistazo a la plataforma **Slow Fashion Next**.
tiendas en tu ciudad donde venden moda sostenible.

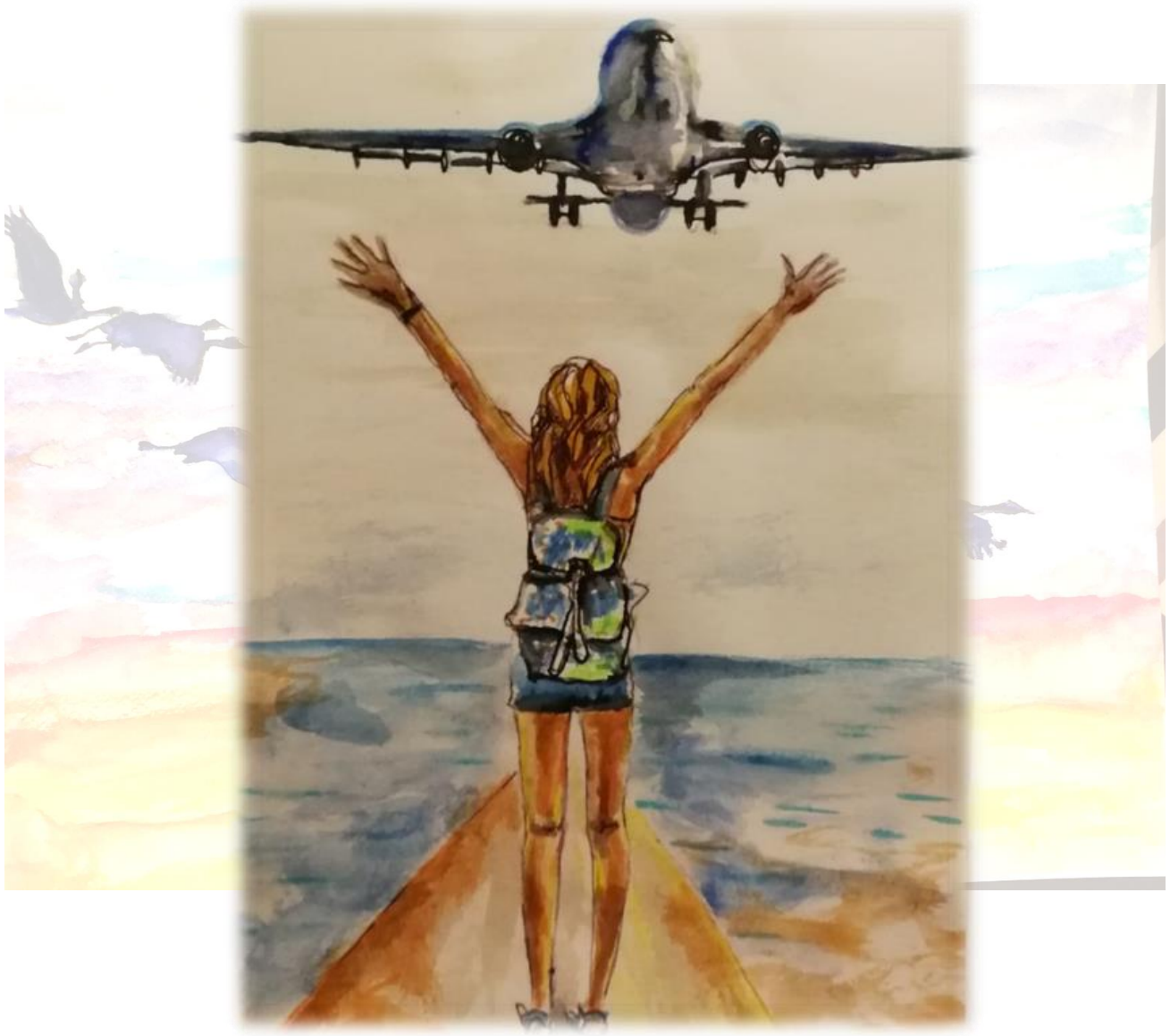
Busca certificados: una prenda sostenible muestra su certificado. Segundo y más fiable busca la etiqueta de composición de la prenda o accesorio que te interesa. O algunos de estos logos:



¿Qué puedo hacer yo?

- **La ropa no se tira.** Asegurarnos de que la ropa “gastada” no se puede reparar.
- **Intercambiar** piezas de vestir con familiares o amigos/as, busca a alguien que le guste.
- **Trueque:** se puede llevar a cabo de manera informal o planificada entre centros educativos, grupos de consumo ecológico, compañeros y amigos, etc.
- Busca **fibras textiles y tejidos sostenibles:** algodón, lana, lino, soya, seda natural, hemp, bambú, maíz, coco, piña...y Busca marcas y tiendas recomendadas: **ABSOLUTE ORGANIC, IDEO, MONKEY GENES, CONSCIENT, TRAPO\$LOCOS...**
- **Ventajas:** los materiales provienen de cultivos más respetuosos con el medio ambiente. Combate la explotación de la infancia. Trabaja con talleres o fábricas sostenibles. Cuida la salud de las personas. Es teñida naturalmente. Tiene información sobre quién hizo la prenda, horas y condiciones laborales.

Ocio y turismo responsable



Di no al turismo de “usar y tirar”

¿Te has planteado alguna vez cuál es tu actitud cuando viajas a algún lugar? ¿Conviertes tu destino en un producto de consumo rápido o por el contrario saboreas la experiencia y buscas “algo más”? El turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona.

Conceptos básicos

El **turismo responsable** está orientado a un **desarrollo turístico sostenible** que tiene en cuenta las características únicas de cada lugar. Busca reducir todo lo posible los impactos negativos del turismo en el patrimonio natural y cultural.

Para ello es necesario que los visitantes se involucren con la región que visitan, pero para que sea posible, debe estar implicados no solo el turista, sino también las administraciones públicas, empresas y población local, solo así lograremos implantar este tipo de modelo turístico.

Información de interés

Podemos ser turistas responsables desde mucho antes de llegar a nuestro lugar de destino. ¿Cómo? Aquí tenemos algunas claves:



Antes del viaje:

- Busca información sobre el lugar que vamos a visitar: historia, patrimonio natural y cultural, religión, comida típica.
- Aprende palabras en el idioma local, como alguna forma de saludo.



Elige agencias de viajes, compañías aéreas y hoteles comprometidos con las comunidades locales y con el medio ambiente, mézclate con la gente no te aisles en una burbuja.



¿Qué puedo hacer yo?

Consejos para que dejes huella positiva en tus viajes

- Usa **transporte público** y si puedes, la bicicleta será tu mejor aliado.
- **Respetar la cultura**, la tradición y sobre todo a las personas.
- Siempre que puedas contrata las **actividades en el lugar de destino** o por internet en webs de lugareños asegurándote de que son seguras.
- Compra tus entradas para ver **museos o reservas ecológicas**, así estarás generando recursos económicos para la Conservación y rehabilitación de estos espacios.
- Consume **productos locales**.
- Compra souvenir en tiendas y mercados locales.
- Viaja en **pequeños grupos**, es la mejor forma de integrarse con las poblaciones locales.
- **Respetar las tradiciones** y la religión local.

3. Residuos



- La rueda del consumo
- Nuevas tendencias del reciclaje
- Las 7 erres

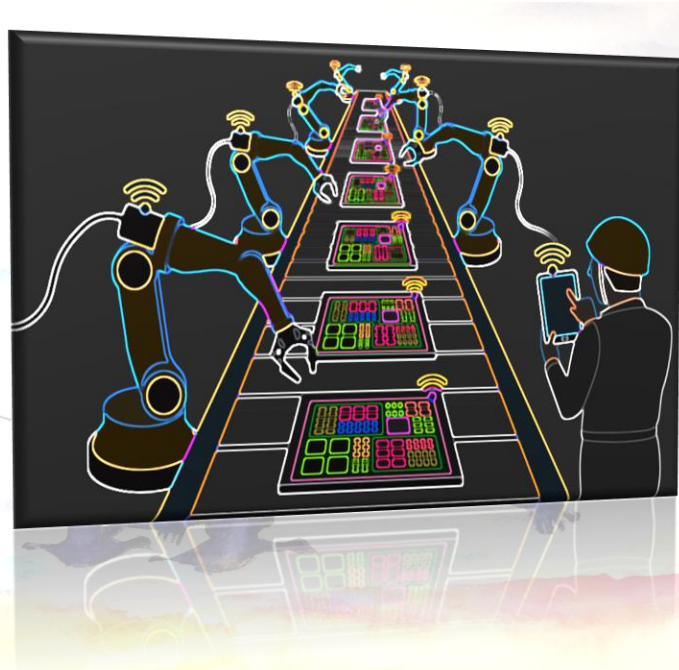
La rueda del consumo.

Te has preguntado alguna vez ¿Por qué cambiamos tanto de teléfono móvil? ¿Por qué las neveras ya no duran lo mismo que antes? ¿Por qué las impresoras dejan de funcionar al poco tiempo? Detrás de estas situaciones cotidianas para todos nosotros se esconde una de las trampas de nuestro sistema:

La obsolescencia programada. Estas dos palabras quieren decir simple y llanamente que la estrategia de muchas empresas consiste en fabricar productos que al poco tiempo se rompen o dejan de ser útiles. De esta forma, se pone nombre a un hecho que más o menos todos hemos experimentado en primera persona, especialmente el caso de los productos tecnológicos como los teléfonos móviles, donde la tasa de sustitución de los terminales está en torno a los 2 años.

Somos todos, los que con nuestra decisión de compra, apostamos por una marca y no por otra y, por ende, por las prácticas productivas que hay detrás de aquellas empresas a las que premiamos con nuestra decisión.

Los consumidores no tenemos un rol pasivo en la rueda de consumo. Más bien somos el engranaje de esa rueda; sin nosotros la rueda no andaría...



Compra sólo cuando algo te emociona, no por el simple acto de comprar.

Karl Lagerfeld



PROCESO DE LA OBSOLESCENCIA PROGRAMADA



<https://steemit.com/spanish/@valeritabye/comprar-tirar-comprar-obsolescencia-programada>

La obsolescencia en la sociedad actual crea la idea de insatisfacción con el producto utilizado para que compres uno nuevo. Así se mantiene la sociedad de consumo, ya que promueve comprar con mucha más frecuencia. En muchas ocasiones esta necesidad no es real sino que es motivada por los medios publicitarios, que influyen de manera decisiva en nosotros, induciéndonos al consumo de cualquier producto, incluso de los que no deseamos.

Veamos algunos ejemplos de obsolescencia programada:



Prevención de reparaciones: Numerosos productos de electrónica están pensados para que no se pueda ni reparar, ni sustituir piezas.



Durabilidad artificial: Consiste en diseñar un producto para que se deteriore rápidamente, por ejemplo, utilizando materiales menos resistentes en las partes más sometidas a desgaste. En el caso de los ordenadores, llega un momento en el que la actualización del software deja de ser compatible.



Baterías insustituibles: Algunos portátiles, móviles o cepillos de dientes eléctricos tienen baterías de ion de litio, con una vida útil de dos o tres años, que no pueden ser sustituidas y que le obligan a comprar un nuevo dispositivo.



¿Crees que tu teléfono móvil está viejo y deberías cambiarlo? Piénsalo dos veces

No somos sujetos pasivos frente a los fabricantes, te proponemos algunas iniciativas para combatir la obsolescencia programada. Recuerda que está en tus manos lograr un consumo responsable y más sostenible.

Alquilar productos antes de comprar, esta es la mejor alternativa a la compra como primera opción porque genera muchas ventajas se consumen menos recursos. Se pueden alquilar desde herramientas, vestidos, equipos y accesorios fotográficos, vehículos, juguetes y videojuegos, material deportivo, material de acampada y montaña...

¡Seguro que conoces alguna App de alquiler! ¡Empieza cuanto antes!

Repara antes de tirar Repara y no desesperes. Un ejemplo es el proyecto Restart Project en Londres formado por un equipo de voluntarios muy “manitas” que se dedican a reparar todo tipo de objetos: tostadoras, portátiles, lámparas, impresoras... Reparando no solo se evita producir y se da una nueva vida a objetos útiles sino que hay una posibilidad de crear empleo para personas con habilidades y para jóvenes sin experiencia que quieren aprender sobre la marcha. ¡Interésate por ese proyecto y comprueba tus habilidades!

Compartir e intercambiar objetos Se pueden intercambiar todo tipos de objetos, juegos, antigüedades, ropa y calzado, vehículos, cómics e incluso servicios. Existen múltiples App para ofrecer e intercambiar, helping App, es muy interesante y promueve el consumo colaborativo.



Recuerda que está en tus manos lograr un consumo responsable y más sostenible.



¿Qué puedo hacer yo?

- **Alargascencia**, Consiste en un directorio de establecimientos en los que se pueden reparar objetos, hacer trueque, alquilar o encontrar productos de segunda mano es un proyecto de la ONG ecologista Amigos de la Tierra. Con apenas dos años de vida de este proyecto ya hay más de 1.400 establecimientos adheridos a esta red, basada en el lema "*Consume menos para vivir mejor*".
- **Los Repair Cafés** son lugares de libre acceso en los que hay expertos y herramientas para reparar toda clase de objetos: ropa, muebles, aparatos eléctricos y electrónicos, juguetes, bicicletas etc. Podemos encontrarlos en ciudades como Oviedo, Toledo, Madrid y Zaragoza.
- **En Movilízate por la selva**, los ciudadanos podemos donar nuestro teléfono móvil, independientemente de que funcionen o no, enviándolo a una dirección postal. El proyecto reutiliza aquellos terminales que están en buen estado y recicla los elementos útiles de los que no funcionan. Los ingresos obtenidos se destinan a la financiación proyectos educativos.
- Te invitamos a visitar la pagina:
<https://hablandoenvidrio.com/que-podemos-hacer-contr-la-obsolescencia-programada/>

CONSUMO SOSTENIBLE, el equilibrio entre la acción humana y el Planeta

Nuevas tendencias del reciclaje

Upcycling...supra-reciclaje

Vamos a hacer un repaso sobre las tendencias más innovadoras en el mundo del reciclaje. ¿Eres de las personas que se preocupan por el medio ambiente y buscas formas de reducir la contaminación? ¿Crees que por más que lo intentas es muy complicado reducir el uso de plásticos? Si te gustaría empezar a reducir todo tipo de basura y no sabes cómo empezar a hacerlo realidad, presta atención. Lo primero que hay que aclarar es que, como dice el refrán, "no es más limpio el que más limpia, sino quien menos ensucia", así que te animamos a empezar por ensuciar mucho menos, reduciendo al máximo los residuos que generas.

Comenzamos...



Conceptos básicos

Upcycling también conocido como supra-reciclaje es el proceso de transformación de un objeto desfasado o residuo en otro de igual o mayor valor que pueda ser de utilidad. Son muchos los consumidores, artistas y empresas que consiguen crear objetos originales con un uso diario a partir de cosas que ya no sirven.

Esta técnica reduce el consumo de nuevos productos, minimiza el gasto de materias primas vírgenes y las reutiliza, para alargar la vida útil de las cosas. La idea consiste en **dar una segunda vida a todo lo que es para tirar**. El límite es nuestra propia imaginación.



Zero waste o basura cero consiste en reducir al máximo la generación de residuos y también en la eliminación de los ya existentes, a través de la reutilización y el reciclaje. Otro de los pilares del Zero waste es promover que se fabriquen los nuevos productos con materiales reutilizables y reciclables, así como que sean duraderos. Un ejemplo sencillo de esto es usar una bolsa de tela para la compra, en vez de una plástica.



“Compra menos, elige bien, hazlo durar”.

Vivienne Westwood

Se basa en la idea de que no tiene ningún sentido fabricar envases que son para desechar tras su uso y que sean muy resistentes, ya que tarda cientos o miles de años en deshacerse por completo en la naturaleza y, según cómo sea el plástico, incluso mucho más.



Recycling market Son nuevas tendencias en mercados y ferias, los mercados del reciclaje, en el que todos los productos que se exponen y venden son elaborados a partir de materiales de desecho, en estos mercados podemos encontrar prácticamente de todo, además suelen realizar talleres dirigidos a todos los públicos para conocer las nuevas tendencias en el diseño de joyas, lámparas, muebles, ropa, juguetes... a partir de materiales reciclados.



Información de interés

Estas son algunas ideas que os dejamos, ahora solo tienes que buscar la que más te guste y ponerte manos a la obra.

- **Reciclando con arte:** poder expresar mediante diferentes códigos artísticos las ideas y sentimientos al tiempo que se fomenta una mayor tolerancia y respeto hacia el medio ambiente.
- **Juegos populares con material reutilizado:** es una forma de recuperar de la memoria juegos tradicionales reutilizando los materiales que se iban a convertir en desechos, la idea de residuo como recurso y no como basura.
- **Música y medio ambiente:** se pueden fabricar instrumentos musicales con todo tipo de materiales. Envases de plástico, de cartón o latas pueden ser utilizados para la percusión; xilófonos; palos de lluvia; maracas; sonajeros ...etc.
- **La moda sostenible:** visibilizar marcas de moda que usan materiales sostenibles, eliminan colorantes contaminantes, defienden las condiciones laborales dignas, así como la gestión transparente y sostenible en toda su cadena de producción, aportando un valor social y ambiental, más allá de la dimensión económica que tiene el mundo de la moda.



¿Qué puedo hacer yo?

- **¿Cómo ser upcycling?** solo es ponerse y verás lo fácil que es. El ingenio y la capacidad creativa son fundamentales para sacarle el máximo rendimiento al "upcycling". Con las latas de conservas se pueden aprovechar para hacer cestas, recipientes para lápices y bolígrafos, juguetes, robots, cajas para envolver regalos, jarrones, tiestos o farolas para fiestas. Los productos tecnológicos también pueden transformarse de mil formas diferentes. Los CD y DVD pueden servir como posavasos, colgantes o collares.
- **¿Cómo ser Zero waste?** Pues al fin y al cabo se trata de hacer un buen cambio de mentalidad para nuestro día a día, tan fácil como reducir todo lo posible (energía, residuos, agua)
- **¿Cómo vestir de forma sostenible?** Comprar moda sostenible de forma responsable será mucho más sencillo si antepones el etiquetado al precio. Dedicando unos pocos segundos a leer la información que aparece en la etiqueta de la prenda que te gusta podrás decidir si es un producto responsable, sostenible y ético, tan solo con mirar el lugar de fabricación, MADE IN... Te dará una pista de cómo y en qué condiciones laborales se ha fabricado.

Las 7 erres



Seguro que habréis escuchado hablar en alguna ocasión de “las tres erres”. Ya sea por la tele o por el instituto, es un concepto que hemos oído desde siempre, pero a lo mejor no sabemos interpretar bien. ¿Lo aclaramos?

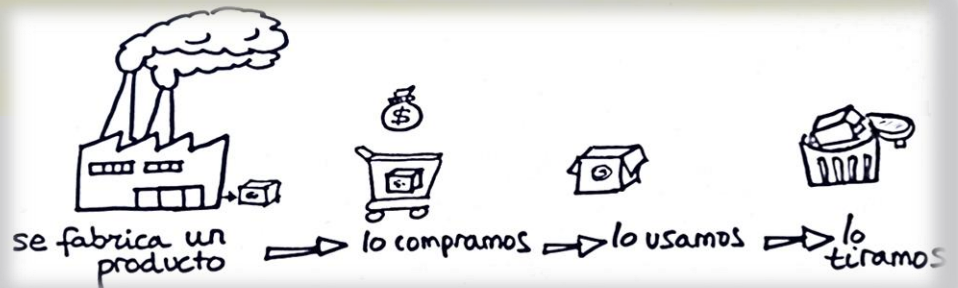
Las 7 erres, ¿se te ocurre alguna más?

El mundo avanza rápido y la contaminación y las malas prácticas más aún. Así pensando en solucionar los problemas ambientales y sociales, comenzaremos con éstas **tres erres** que vienen a proponernos un análisis personal de lo que ocurre cuando decidimos comprar algo, nos obliga a plantearnos nuestro estilo de consumo y nuestras verdaderas necesidades básicas.

Conceptos básicos

Producir, usar y tirar. Es el enfoque del actual modelo de consumo, llamado **economía lineal**

Economía lineal



Reducir, reusar y reciclar. Es el modelo de consumo que proponemos conseguir, es la **economía circular**.

Economía Circular



“Las 7 R”; siete acciones que comienzan por “R”, fácil ¿no?

Las explicaremos de manera separada, pero hay que tener claro que el conjunto de todas ellas nos acerca cada vez más al concepto de economía circular, es lo que implica un beneficio firme para planeta, aunque todas son valiosas en sí mismas.

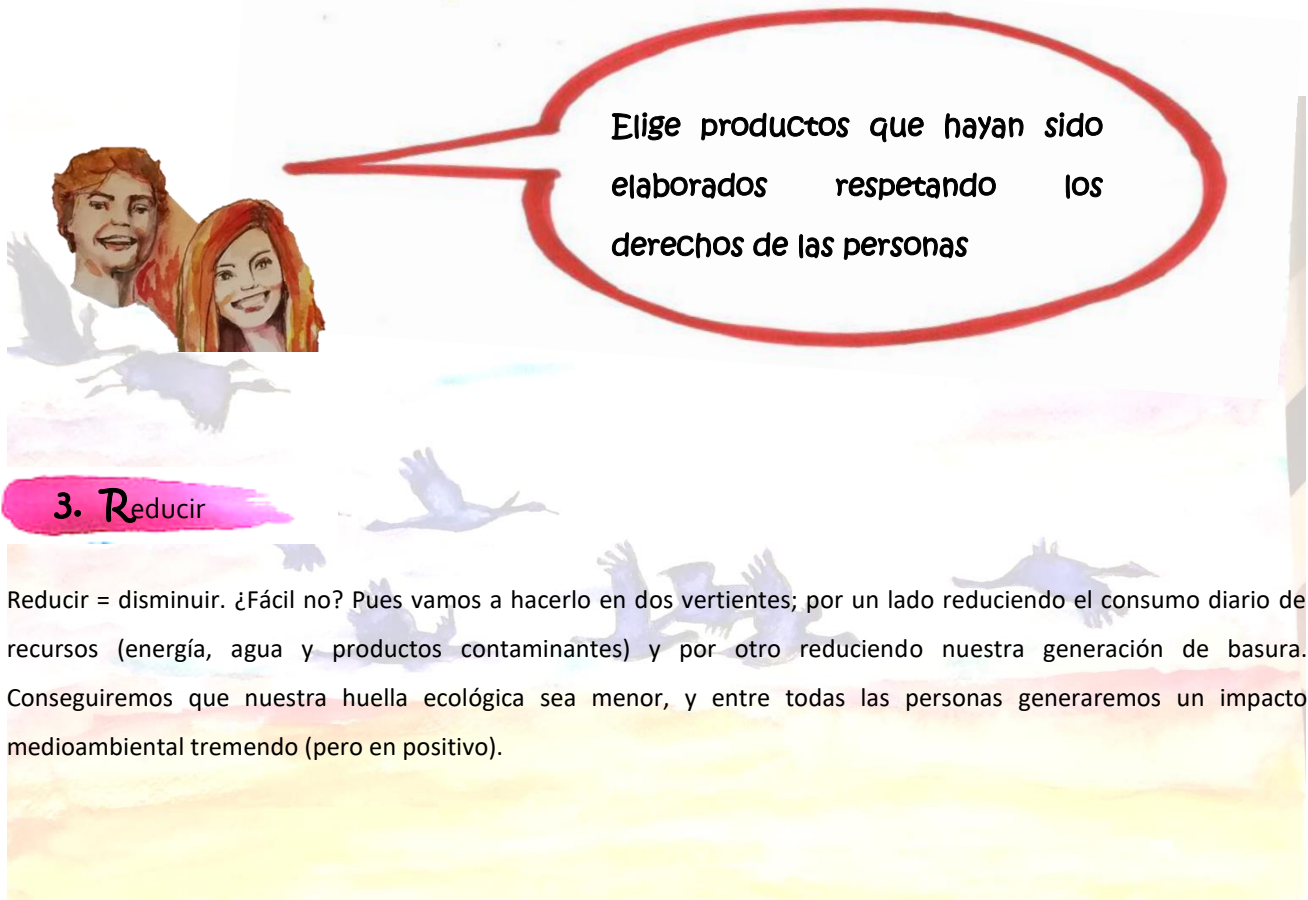
1. Revalorizar.

¿Aprecias lo que tienes? ¿Realmente le das valor a todas tus posesiones? ¿Conoces la regla de los 30 días? Cuando algo se nos antoja y tenemos que decidir si lo necesitamos realmente o es solo un capricho, la regla de los 30 días nos ayuda, si eres capaz de vivir 30 días sin eso que quieres, es que era un capricho y no una necesidad y por tanto podemos prescindir de ello..

2. Reestructurar

Se refiere a reestructurar el sistema económico a través de la participación ciudadana. Te invitamos a que investigues un poco sobre el Comercio Justo, sus asociaciones y su objetivo, quizás desde tu centro podríais colaborar con alguna

de estas iniciativas y conocer de primera mano cual es el verdadero precio de algo para que desde su origen los beneficios sean repartidos entre quienes trabajan para producirlo.



3. Reducir

Reducir = disminuir. ¿Fácil no? Pues vamos a hacerlo en dos vertientes; por un lado reduciendo el consumo diario de recursos (energía, agua y productos contaminantes) y por otro reduciendo nuestra generación de basura. Conseguiremos que nuestra huella ecológica sea menor, y entre todas las personas generaremos un impacto medioambiental tremendo (pero en positivo).

“El mejor residuo es el que no se produce”

4. Reutilizar

Esta regla tan importante del consumo sostenible seguro que la conoceréis muy bien. Buscando un segundo uso a todo lo que consumimos podemos reducir la cantidad de basura que generamos y además seremos conscientes de nuestra capacidad creadora. Echa un vistazo en internet a todo lo que acaba en “DIY” (“Do It Yourself”-hazlo tú mismo) para cualquier cosa que tengas en casa sin uso. Si buscas por ejemplo “manualidades vaqueros DIY” te aparecen desde bolsos hechos con vaqueros viejos, pasando por bolsas para la compra, monederos, broches, faldas, baberos para niños, estuches, cestos... ¡Saca al artista que hay en ti! Y lo que es mejor: saca tu verdadera personalidad y utiliza cosas con identidad propia: las que tú elaboras



Experimenta la satisfacción de hacer tus propias cosas

5. Reciclar

Sabéis que consiste en convertir nuevamente en materia prima los desechos que lo permitan, como papel, plástico y vidrio, que son los más conocidos, aunque hay otros, evitando obtenerlos de la naturaleza de manera continuada y reduciendo residuos. Para ello los ciudadanos debemos separar bien los residuos que generamos y depositarlos en los contenedores adecuados.



6. Redistribuir

Un sistema económico de crecimiento y un consumo ilimitado son dos aspectos insostenibles para nuestra Tierra, que con sus recursos naturales limitados y finitos no puede abastecernos durante toda la vida. Hay que tener en cuenta esa capacidad de sustentación de nuestro planeta, para no sobreexplotarlo y respetar las existencias de cada una de las riquezas que nos aporta, distribuir ese “gasto” que le hacemos de una manera más consciente y responsable.

7. Reparar

Aguja e hilo, silicona, pegamento, cinta americana, pintura, cinta adhesiva... hay muchos productos que pueden ayudarte a arreglar ese aparato o prenda que tienes en casa, y si puedes repararlo ¿para qué vas a tirarlo?

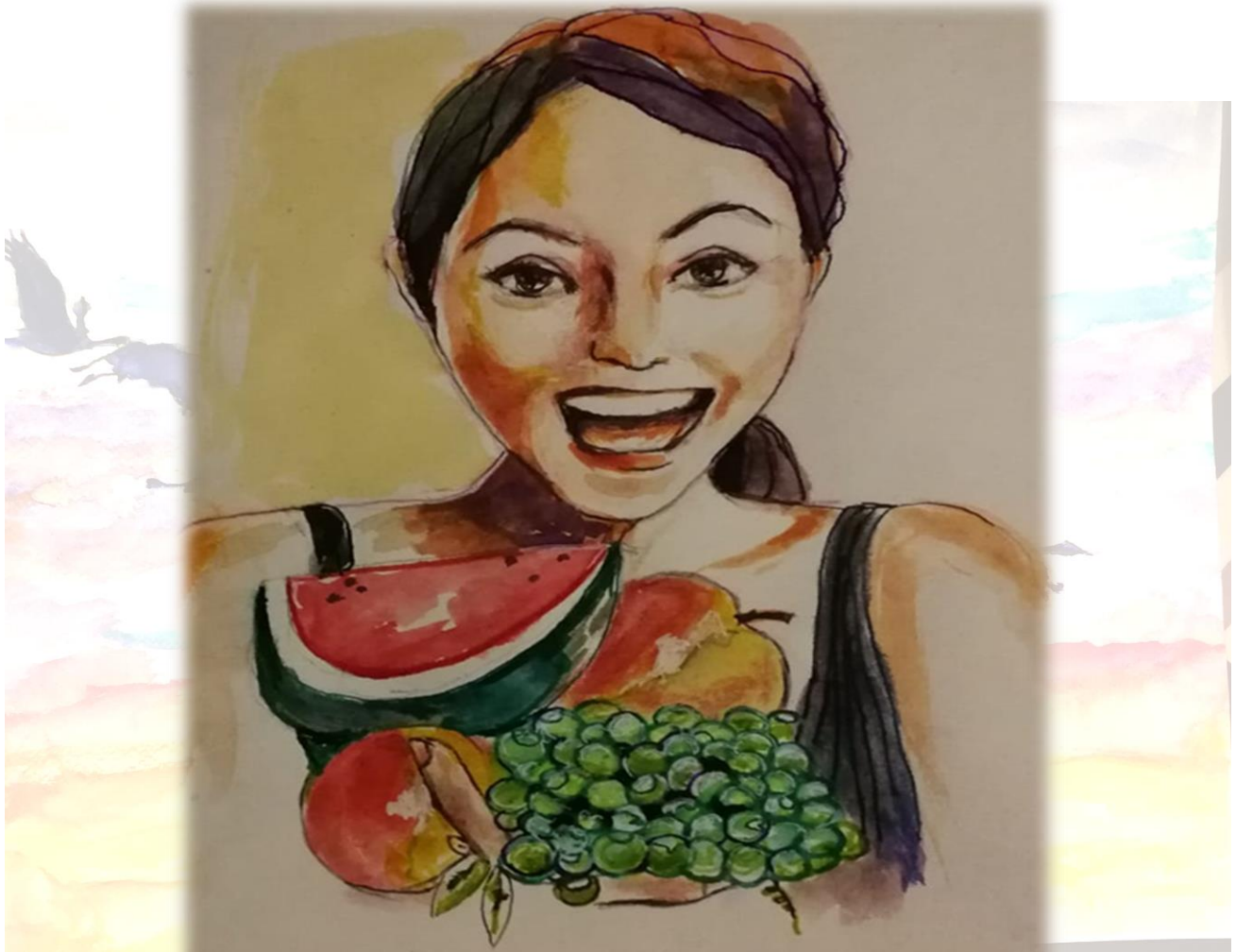


Si queremos podemos ser consumidores
Críticos, Libres, Conscientes y Responsables

¿Qué puedo hacer yo?

- 
- Compra productos cuyos envases sean respetuosos con el medio ambiente
 - Tira las botellas de plástico al contenedor amarillo. Con sólo 40 se puede fabricar un forro polar
 - Las latas de refrescos y de conservas van al contenedor amarillo también. ¿Sabías que con 80 latas se puede fabricar una llanta de bicicleta?
 - Con solo 6 briks se puede fabricar una caja de zapatos ¡Recuerda, los briks van al contenedor amarillo y no al azul!
 - Reutiliza las bolsas de plástico tantas veces como puedas, y al final como bolsa de basura para llevar los envases al contenedor amarillo

4. Alimentos



- En busca de la receta perfecta.
- Alimentos ecológicos y sostenibles

En busca de la receta perfecta

El despilfarro de alimentos está relacionado con la pobreza y el hambre que existe en el mundo, con el agotamiento de materias primas y el aumento de la contaminación ambiental.

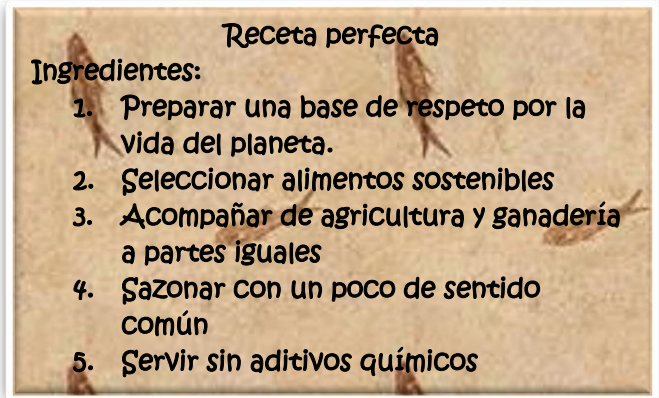
Se desperdicia a lo largo de todo el proceso de la cadena alimentaria, desde su extracción hasta nuestras mesas, por lo que debe considerarse un problema globalizado que afecta a todo el planeta.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se desperdicia alrededor del 30% de los alimentos que se producen en todo el mundo. En España, según datos de 2020 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, **en los hogares de nuestro país se tiran a la basura 1.364 kilos de alimentos**, una media de 31 kilos por persona.

Para intentar reducir estos números, el Consejo de ministros aprobó en su día el proyecto de **Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario**, con el fin de “**reducir el desecho a la basura de alimentos sin consumir y favorecer a un mejor aprovechamiento de éstos**”. El Anteproyecto de Ley, tras su trámite parlamentario, se espera que **entre en vigor en 2023**, lo cual convertiría a España en el tercer país europeo, por detrás de Francia e Italia, en aprobar una ley de estas características.

Así, el Gobierno da un paso más en su compromiso con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), incluidos en la Agenda 2030. En concreto el ODS 12.3, cuyos objetivos son:

- La **reducción a la mitad** del desperdicio de alimentos per cápita mundial, tanto en la venta al por menor como a nivel de consumidores.
- **Disminuir las pérdidas de alimentos** en las cadenas de producción y suministro.



Menos desperdicio es más conciencia

Conceptos básicos

El **desperdicio alimentario** son todos aquellos alimentos o bebidas que siendo aptas para el consumo terminan por no ser consumidas, por ejemplo, aquellas frutas y hortalizas que por tener un aspecto feo o deforme nunca llegan a los supermercados, los yogures que se han pasado de fecha...etc. Este desperdicio alimentario se produce a lo largo de toda la cadena alimentaria.

Actualmente, un tercio de los alimentos producidos para consumo humano se pierde o desperdicia a lo largo de la cadena alimentaria, por multitud de causas con el impacto ambiental, social y económico que ello conlleva.

Información de interés

El desperdicio alimentario se puede definir, de una manera sencilla, como el conjunto de alimentos o bebidas, que siendo aptos para el consumo humano, terminan por no ser consumidos. Actualmente, es difícil conocer con precisión cuántos alimentos aptos para el consumo terminan por no ser aprovechados, ya que todavía no se ha conseguido definir una herramienta armonizada que lo permita a nivel internacional.



Lo que haces marca la diferencia y tú decides qué diferencia quieres marcar

Según las estimaciones de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación)

Hasta un tercio de todos los alimentos se estropea o se desperdicia antes de ser consumido por las personas.



Los alimentos pasan por diferentes etapas dentro de la cadena alimentaria desde que se producen en el campo y la granja o se pescan. A lo largo de esta cadena son transportados, acondicionados y/o transformados, y después distribuidos entre los puntos de venta, hasta que finalmente llegan al consumidor. A lo largo de este proceso, se produce una reducción de la cantidad de alimentos aprovechables, aunque no siempre se puede considerar esta disminución como un desperdicio de alimentos.

Desperdicio alimentario a lo largo de la cadena agroalimentaria en España



Entre 30% y 50% de los alimentos comestibles se convierten en residuos



¿Qué puedo hacer yo?

- Planificar mi menú semanal y evitar la improvisación.
- Hacer una lista de la compra para comprar únicamente lo necesario.
- Tener en cuenta nuestro presupuesto, tirar comida es tirar dinero.
- Ajustar las raciones de comida y cocinar únicamente lo necesario.
- Colocar los alimentos según su fecha de caducidad.
- Si comemos fuera de casa utilizar recipientes reutilizables.
- Reciclar los restos de comida para elaborar compost y poder utilizarlos como fertilizante en las zonas ajardinadas o en el huerto.
- Aprovechar las sobras elaborando menús con creatividad.
- Si comes en un restaurante, puedes pedir que te guarden en un táper lo que ha sobrado.

El mundo necesita gente que ame lo que hace

Alimentos ecológicos y sostenibles

Una forma de ejercer un consumo responsable es consumir productos ecológicos. No es una moda de lo "verde" sino un estilo de vida.

Cada vez son más las tiendas y supermercados que ponen a la venta productos ecológicos y los consumidores estamos cada vez más interesados en conocer el origen de lo que comemos y en consumir alimentos naturales, ecológicos y sostenibles.



Bio, Eco, Orgánico... un sin fin de "etiquetas" que aumenta la confusión de los consumidores. **Los términos ecológico, biológico y orgánico ¿son similares?**

¡Vamos a ver que nos dice internet! La Red está llena de artículos que atribuyen sutiles matices y diferencias a estos términos. Según la mayoría de estos artículos, Biológico haría referencia a productos libres de organismos modificados genéticamente, mientras que Orgánico se referiría a productos libres de químicos. ¿Entonces?



Vamos a intentar aclarar si Orgánico, Biológico y ecológico, a efectos de etiquetado de productos alimentarios es lo mismo o no.

La legislación de la Unión Europea en lo que se refiere a producción y etiquetado, entiende que **LOS TÉRMINOS BIOLÓGICO, ORGÁNICO Y ECOLÓGICO SON LO MISMO** pues designan a alimentos que no se han tratado con productos químicos ni pesticidas, producidos con un sistema respetuoso con el medio ambiente, que fomenta la biodiversidad, contribuye a preservar los recursos naturales y favorece el bienestar de los animales y de las comunidades que los producen.

Duda resuelta.



Ahora bien, si vas a comprar un producto "bio", "orgánico" o "ecológico" no basta con un eslogan verde: junto a las palabras Orgánico, Eco o Bio, busca el logo ecológico de la Unión Europea. Esta es la garantía de que no hay fraude.



Un producto ecológico es aquel que está elaborado a partir de ingredientes naturales y respetuosos con el medio ambiente. En el caso de los productos ecológicos elaborados, como por ejemplo el pan o los lácteos, como mínimo un 95% de sus ingredientes deben ser de origen ecológico para poder decir que se tratan de productos eco.

Conceptos básicos

Los alimentos sostenibles son aquellos que se cultivan y procesan bajo condiciones medioambientales correctas sin utilizar productos fitosanitarios de origen químico, no se transportan a largas distancias y su fabricación o transformación se ha realizado economizando energía y sin utilizar aditivos perjudiciales para la salud.



Comer es una necesidad, pero comer de forma inteligente es un arte.

Los alimentos ecológicos de origen animal (carne, huevos y lácteos) proceden de animales alimentados al 100% con alimentos ecológicos, que no han recibido antibióticos ni hormonas y han tenido acceso al aire libre.

¿QUÉ DEBEMOS MIRAR EN LA ETIQUETA PARA RECONOCER UN PRODUCTO ECOLÓGICO?

Un producto ecológico siempre vendrá identificado con el sello de la Unión Europea. El sello es el certificado del riguroso control realizado sobre el producto. Es obligatorio y es fácil de reconocer en los productos envasados, pero también debe estar presente en los productos frescos o que se venden a granel, como la fruta y verdura ecológica, en pequeñas etiquetas o en la caja donde estén expuestos. Los productos originarios de España llevan certificados adaptados a la comunidad autónoma correspondiente. Los productos que provienen de otros países contienen el certificado propio del país o de la CE que avalan su calidad ecológica.

El logotipo ecológico de la UE ofrece una identidad visual coherente a los productos ecológicos de la Unión Europea. Facilita que los consumidores identifiquen los productos ecológicos y que los agricultores puedan comercializarlos en todos los países de la UE.

¿Has encontrado alguno de estos sellos en los productos que consumes habitualmente? Te proponemos un juego...

¿Sabes cuál es cuál? (Pista, están colocados en orden)

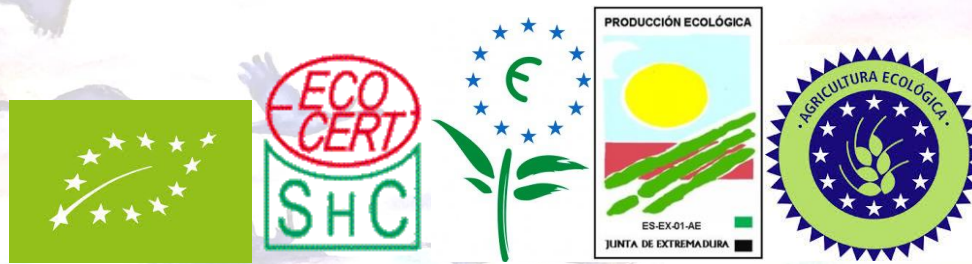
Sello oficial de la Unión Europea para la certificación de alimentos procedentes de la agricultura ecológica.

Sello oficial de EcoCert/SHC para la certificación de alimentos procedentes de la agricultura ecológica en España.

Logotipo de la unión europea de certificación producto ecológico

Sello de certificación ecológica comunidad autónoma de Extremadura

Etiqueta Ecológica Europea



Información de interés

Las leyes protegen a las personas consumidoras exigiendo que los alimentos que se adquieren en el mercado no impliquen riesgo para su salud o seguridad. Por otro lado, todos tenemos la responsabilidad de demandar productos que ofrezcan garantías de inocuidad, solicitar información veraz, objetiva, amplia y detallada sobre los alimentos y reclamar en casos de fraude o incumplimiento de la normativa.

¿Por qué los alimentos ecológicos y sostenibles son una forma inteligente de alimentarse?

- ☉ Son **alimentos MÁS FRESCOS**, tienen más nutrientes y mantienen su sabor casi como el primer día. Aquellos que vienen de largas distancias pasan mucho tiempo en cámaras frigoríficas.

- ☒ Comemos **PRODUCTOS DE TEMPORADA** y podemos saber de dónde vienen los alimentos
- ☒ Alimenta la **ECONOMÍA LOCAL**. Cada euro que gastemos en productores cercanos genera el doble para la economía local.
- ☒ **Mejores INGREDIENTES y al mejor PRECIO**. La compra directa ofrece una buena relación calidad-precio. Y obtener así un buen precio tanto para el productor como para el comprador.
- ☒ **REDUCIR EL EMBALAJE y la cantidad de alimentos**.
- ☒ **Conservar el PAISAJE NATURAL**. La agricultura ecológica promueve la conservación y el respeto de las variedades autóctonas, lo que contribuye positivamente a la creación y mantenimiento de paisajes variados y en equilibrio.



¿Qué puedo hacer yo?

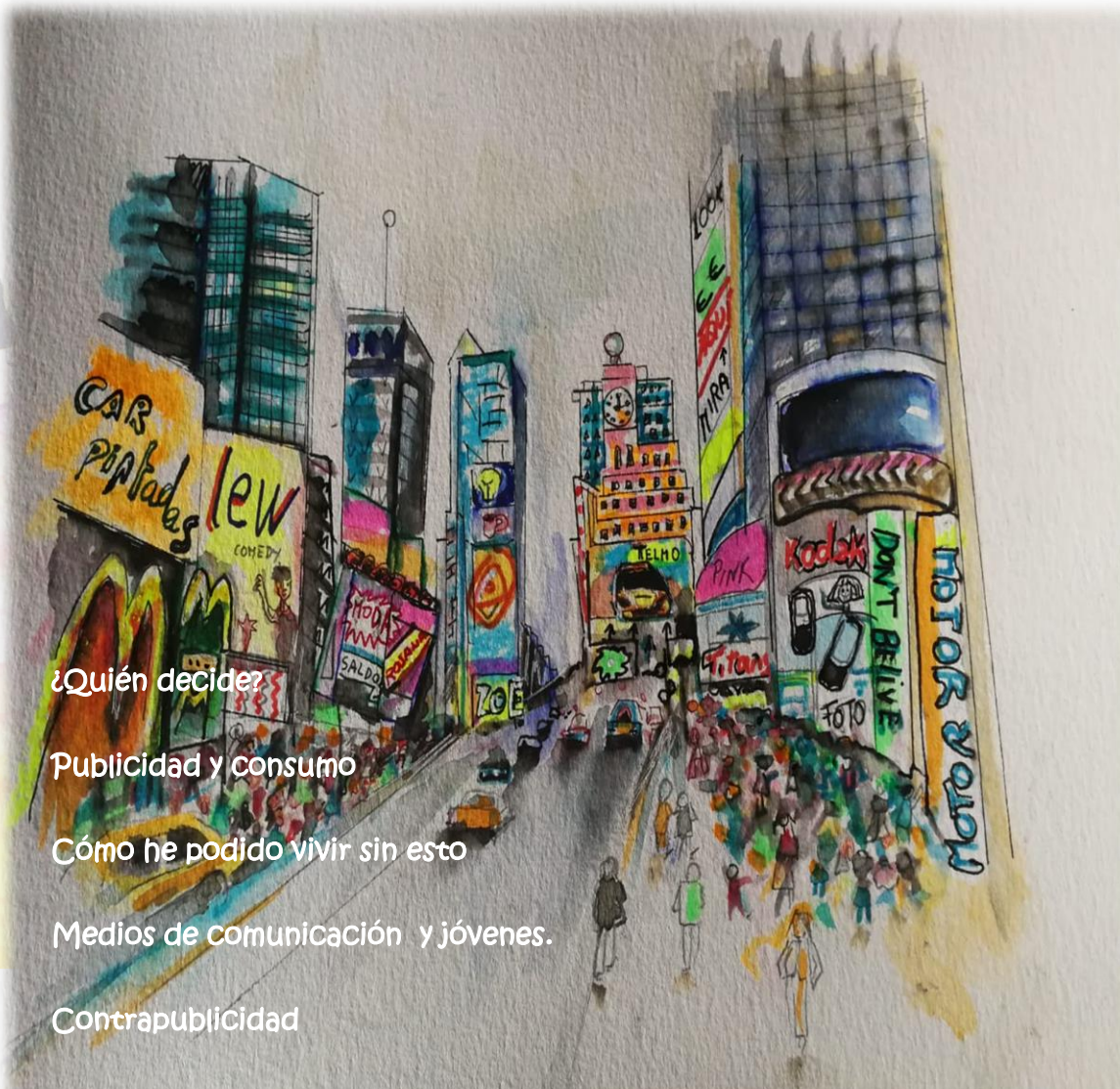
Disfrutar de las ventajas del consumo de alimentos ecológicos

- No utilizan en su producción fertilizantes y pesticidas químicos y están protegidos por una estricta normativa de calidad y control
- Tienen más sabor al no utilizar aditivos ni conservantes.
- Fomentan un desarrollo rural sostenible.
- Facilitan la conservación de los suelos, al afectar en menor medida a sus componentes naturales.
- Fijan poblaciones en los núcleos rurales al desarrollar un modelo agrícola sostenible.
- Contribuyen al mantenimiento de las pequeñas explotaciones.
- Mejoran la salud pública.
- Se basan en la equidad y en un mercado justo.
- Promueven sistemas productivos eficientes.
- Protegen el medio ambiente.
- Promueven la estabilidad de los sistemas agrarios.
- Potencian la diversidad.

Que tu alimento sea tu medicina y que tu medicina sea tu alimento.

Hipócrates

5. Publicidad



¿Quién decide?

Publicidad y consumo

Cómo he podido vivir sin esto

Medios de comunicación y jóvenes.

Contrapublicidad

¿Quién decide?

A pesar de la importancia de la educación en un consumo crítico y responsable, son pocas las materias educativas que lo abordan con esa perspectiva.

La educación sobre consumo se ha limitado frecuentemente a una formación técnica que no pone en cuestión elementos clave de nuestra sociedad de consumo. La publicidad, a pesar de transmitir cada día valores, construir modelos de ocio y patrones de comportamiento, también es una materia poco habitual en las aulas.

La publicidad es una de las industrias más brillantes de nuestro tiempo que, lejos de agotarse, muestra signos de vitalidad cada día. Sus inversiones aumentan sin parar e incluso surgen nuevas posibilidades, como la publicidad a través de teléfonos móviles e Internet, redes sociales...donde la publicidad crece en proporción al desarrollo vertiginoso de la red.



<http://www.bilbaobts.com/marketingdigital/publicidad-online/>

Conceptos básicos

Los más jóvenes han comenzado sus primeros pasos pegados a la pantalla del televisor lo que les convierte en hábiles descifradores de la información publicitaria, pero tienen pocas oportunidades de pararse a reflexionar sobre este fenómeno.

Para los jóvenes tiene gran importancia su integración en el grupo de iguales, y para ello se sienten obligados a aceptar los patrones sociales que impone su grupo de referencia. Esto les hace especialmente vulnerables a cualquier influencia que les proponga una mayor aceptación dentro del grupo.



Información de interés

La publicidad puede informarnos acerca de las características de un producto, pero a menudo son mayores los riesgos que nos acechan y por tanto, la misma debe ser objeto de estudio para contribuir a nuestra formación como receptores de medios audiovisuales y consumidores responsables.

La publicidad atrae la atención de los potenciales consumidores e incluso genera nuevas necesidades con el fin de vender.



<https://historico.prnoticias.com/marketing/20162189-medios-mas-publicidad-gestionaron-en-2016#inline-auto1611>

La publicidad tiene sus riesgos al pretender hacernos creer que la compra de ciertos productos o marcas contribuirá a satisfacer nuestras necesidades materiales, psicológicas o sociales y hará que nos sintamos mejor, cuando en realidad no tienen ninguna capacidad para ello y puede hacer crecer la frustración de los jóvenes, al no poder adquirirlo, o al comprobar que el producto no responde a las expectativas que habíamos puesto en él.



No te dejes manipular por la publicidad

La publicidad intenta vender mostrando lo que queremos escuchar para de esta manera influirnos en nuestras decisiones de compra y para que cuando vayamos al supermercado nos venga al recuerdo aquel eslogan o frase que escuchamos en la publicidad y decidamos comprar ese producto anunciado.



¿Qué puedo hacer yo?

- **Sé siempre crítico con las marcas.** Los fabricantes y proveedores de servicios cuidan mucho el valor de su marca, motivo por el cual tratan de asociarla a valores sociales positivos (el cuidado del medio ambiente, la protección de la infancia, la libertad, etc.).
- **Centrarnos exclusivamente en lo que necesitamos,** así evitaremos adquirir productos innecesarios y a los que no vamos a dar uso o acabaremos tirando a la basura.
- **No le hagas el juego a los anunciantes:** Antes de compartir un video viral con tus amistades y demás contactos en las redes sociales o de dar un “me gusta” pregúntate si debes colaborar en la difusión de ciertos mensajes o valores o en estimular el consumo de ciertos productos.
- **Adopta un papel activo** e identifica la publicidad que incluya actitudes, mensajes, imágenes, valores o conductas que consideres negativas.

“Siempre queremos más. Ya sean ropas mejores, una casa más grande, un coche más rápido o los últimos móviles, la satisfacción en estos tiempos de consumismo es difícil de encontrar”.

Tulsi Tanti



Publicidad



Publicidad y Consumo



El papel fundamental de la publicidad es vender, es incentivar el consumo. Detrás de los atributos de cualquier anuncio, de la estética de las personas que aparecen en ellos, de su música, su originalidad o el humor hay una estrategia de marketing que pretende exclusivamente que el anunciante incremente sus ventas.

La publicidad nos **crea necesidades que en realidad no tenemos**. ¿Por qué de pronto necesitamos cambiar un móvil que funciona perfectamente o acumular ropa que en ocasiones ni siquiera llegamos a ponernos?

Simplemente porque la publicidad manipula nuestras emociones haciéndonos creer que la compra de un producto o marca determinada hará que nos sintamos mejor, que estemos a la moda y que nos sintamos más aceptados e integrados dentro de la cultura juvenil, cuando en realidad no tiene capacidad para ello.

Conceptos básicos

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. Esto se lleva a cabo mediante campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido.



Información de interés

La publicidad nos informa, pero es sin duda un arma de doble filo. Evidentemente, es esencial representar los productos de la manera más atractiva posible, pero si lo que se vende no se ajusta a



la realidad, la repercusión negativa se ve multiplicada y los perjuicios aumentan de forma exponencial no tan sólo para la marca apuntada sino para el mismo sector.

Como ya sabes, la publicidad no es una actividad neutra, sino que persigue incentivar nuestra apetencia por ciertos productos, marcas o servicios y que para lograrlo recurre a múltiples estrategias, entre ellas la persuasión emocional y la manipulación. Debemos tratar de evitar o reducir los posibles impactos negativos que la publicidad puede tener en nuestras opiniones, actitudes y comportamientos.



- Mantén siempre una **actitud crítica** ¿qué me están queriendo decir (vender) en realidad?
- La publicidad atribuye al consumo la capacidad de hacernos felices. ¿te lo crees?.
- Aprende a resistirte a la influencia de las modas, es habitual que cada temporada “se lleven” cosas nuevas o que no se ajusten a nuestras necesidades (por ejemplo, comprar un todoterreno viviendo en una ciudad).
- Pregúntate qué impacto tiene la publicidad en el medio ambiente. Cada una de nuestras compras tiene un impacto sobre nuestro entorno, por eso debes tener en cuenta que consumir productos que no necesitamos contribuimos a degradar el medio ambiente.

¡Cómo he podido vivir sin esto!



Seguro que sois conscientes de que nos encontramos en un momento social donde el consumo es inmediato. Nuestra vida gira entorno a este fenómeno de masas que, si bien nos facilita muchos aspectos de la vida, también nos lleva a un ir y venir de compras y contrataciones sin objetivo real y perecedero, un consumo convertido en consumismo y que aporta más lecciones negativas que positivas.

Según Chano Morán, coordinadora del área de Consumo de Ecologistas en Acción *“el modelo de consumo se caracteriza por crear falsas necesidades que a medio y largo plazo no nos aportan bienestar.”*

El consumo en sí no es malo, consumir para satisfacer necesidades o deseos es algo inherente al ser humano, el problema aparece cuando pasamos a un consumo desmesurado o enfermizo y la mayoría de los productos que adquiriésemos no serían necesarios.



<https://mrswigginsworld.weebly.com/home/-el-consumismo-y-las-tarjetas-de-credito>

¿Hasta qué punto necesitamos lo que compramos? La necesidad la marca la publicidad, (junto con la influencia grupal, entorno social...etc.) nos venden una felicidad ficticia en vez de los productos que realmente vamos a pagar. La

necesidad de conseguir esa felicidad simulada es la que nos lleva a comprar un artículo porque “¿cómo he podido vivir sin esto?”

Un aspecto que a lo mejor no conocíais es que sois un grupo realmente goloso para las campañas de publicidad y marketing. Estáis en un momento de vuestras vidas donde se unen dos aspectos muy importantes para quienes manejan el circo de las ventas, estableciendo así dos modalidades primordiales de consumo: consumo e identidad y consumo e incorporación a la vida adulta.

Sobre todo el proceso de búsqueda de identidad es aprovechado por las empresas para infundir unos valores consumistas y materialistas que sustituyen los valores tradicionales fomentando la creencia de que nuestras identidades proceden principalmente de lo que tenemos o consumimos.



Pero no os asustéis, este apartado de la guía os va a servir para conocer todos esos entresijos del modelo de consumo actual dirigido a vuestra edad, así podréis actuar de manera responsable, sensata e informada.



La felicidad no es por lo que tenemos sino por lo que somos.

Conceptos básicos

El modelo de consumo actual es social y ambientalmente insostenible, lo estamos viendo diariamente en medios de comunicación con iniciativas como “Youth For CLimate- Friday for Future”, iniciado por Greta Thunberg y que simboliza la indignación de las personas jóvenes que se dan cuenta de que sufrirán el cambio climático en mayor medida que las personas adultas. Este movimiento llega a España concentrado en grandes ciudades y haciendo que jóvenes de todo el país y de todo el mundo protesten y hagan oír sus voces semanalmente para requerir medidas que les aporten un futuro más sostenible.

Vivimos en la era del **hiperconsumismo**, todo lo que nos encontramos en nuestro día a día está relacionado con las compras, haciéndonos creer que tenemos capacidad de elección entre una variedad alta de productos. Las grandes empresas necesitan producir a precios muy bajos, para ello llevan sus fábricas a países con mano de obra barata y sin legislación laboral ni ambiental, aprovechándose de esas personas para ofertar en Occidente un sinfín de productos a un precio medio o bajo, **creando la falsa necesidad de tener más para ser mejor**. ¿Quién se beneficia realmente de todo esto?

Pero entonces ¿por qué no despertamos? La sociedad está adaptada a esas características que la marcan que, si bien nos hacen ganar tiempo o no perder el que tenemos, también provocan un engaño a puertas abiertas si no se conoce lo que hay detrás... ¿os habéis preguntado alguna vez por qué nos llaman tanto la atención los medios publicitarios con esos productos que tanto nos tientan? ¿Cómo es posible que vayamos a acompañar a alguien a un centro comercial sin pensar en comprar nada y acabemos con algo en la bolsa para nuestra casa? La respuesta es clara: **puro marketing**.



Información de interés

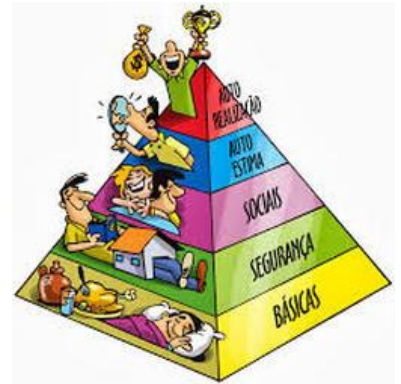
Marketing.

¿Hasta qué punto creéis que está todo controlado (manipulado) por las personas expertas en marketing?

Hay miles de empresas, hay muchos productos muy parecidos o incluso iguales y hay campañas publicitarias que nos venden prácticamente lo mismo... ¿entonces? No pasa nada, están los expertos en marketing que harán lo impensable para que tú te fijas en su marca y no en otra.

Lo primero que conocen estos expertos es que tenemos **necesidades**, algunas más importantes que otras, pero es cierto que en Occidente la mayoría de la población tiene las necesidades más básicas cubiertas (alimentación, respiración, descanso...) y el ser humano irá creciendo intentando satisfacer otro tipo de necesidades, algunas de ellas ficticias...

Así nos encontraremos anuncios de colonia o perfume donde una persona joven como protagonista nos invita a probar este producto mientras disfruta de risas y concierto con sus amistades... ¿Qué me está vendiendo? A simple vista la pertenencia a un grupo y el tiempo de ocio, pero en realidad no deja de ser colonia.



<https://imnjorgeluisalinas.weebly.com/talleres/consumismo-no-significa-felicidad>

¿Qué manejan entonces?

La **cultura y la influencia grupal** de nuestra sociedad son relevantes en el modelo de consumo actual. La socialización del ser humano se hace a distintos niveles, en un primer momento a través de la familia, en un segundo momento a través de amistades o el colegio, y (desde hace unos años) en un tercer momento a través de los medios de comunicación. ¿Qué encontramos aquí? Marcas y productos que usamos porque siempre han estado en casa, porque nuestras amistades las utilizan o porque esa persona famosa a la que seguimos la muestra en sus redes.



Nos proporcionan formas (materialistas) de integrarnos en un grupo, pero también maneras (materiales igualmente) de distinguirnos y creernos especiales o exclusivos.

Aquí tienen un papel muy relevante los y las influencers que normalmente seguís en redes sociales, mostrándose como alguien a quien copiar, con muchos seguidores, un papel social (aunque sea digitalmente) muy acertado, con una manera de vivir que os gustaría tener y lo que es más importante: con muchas marcas detrás que le pagan para que os enseñen sus productos y los promociones ¿realmente vamos a tener una vida que creemos “modélica” por vestir como estos personajes?...**Las marcas** también juegan un papel muy importante, el mismo artículo es creado por varias firmas, pero cada una lo venderá de un modo distinto, según lo que quieran asociar con su nombre. Así encontraremos el mismo pantalón para “comprar” libertad, sensualidad, comodidad o elegancia... dependiendo del logo que aparezca en la etiqueta.



<http://reporteroescolar.unir.net/2017/tus-noticias-al-dia/noticias/consumismo-y-marcas/669800197963/>

¿Quieres saber un truco para no caer en la trampa? Recuerda que en tu armario seguirá siendo un pantalón. Además debes darte cuenta que la satisfacción por la compra es inmediata pero no perdura en el tiempo, luego viene el momento de arrepentimiento o de bajón, o quizás el de darte cuenta que no te han vendido felicidad...

Ya sabemos un poco más de todo lo que hay antes del anuncio, pero ¿qué hay además camuflado en ellos?

En los últimos años, la contaminación y el calentamiento global son temas candentes por su importancia e inmediatez, y también por su aprovechamiento para vender. Realmente ¿todo lo que aparece como **ecológico** lo es? Respuesta: hay que mirar los ingredientes. Tanto en alimentación como en cosmética tenemos un sinfín de ingredientes que son más perjudiciales que sanos, pero en la publicidad del producto en sí no vamos a ver esto con claridad.

También nos gusta lo **exclusivo**, el hecho de tener algo especial nos hace “¿especiales?”. Pues la verdad es que tener una autoestima y una satisfacción personal aceptables no va con los zapatos que llevemos sino con la actitud, pero tenemos que ser conscientes de ello y promover un cambio para que así sea, nos libremos de la gran carga materialista y económica que supone el hecho de “ser por tener”.



¿Qué puedo hacer yo?

- ¿Crees que algo de lo que has visto en publicidad es denunciabile?: Visita <https://www.autocontrol.es/> y denuncia.
- Para saber la salubridad de los alimentos que comes: descarga la App “myrealfooder”.
- Para conocer cómo se fabrica un producto con la aplicación “buycott” sabrás todo lo necesario, tú eliges qué va contigo a la hora de comprar.
- Por último, comentarte que la publicidad tiene que ser fiel al producto.

“Como consumidores tenemos mucho poder para cambiar el mundo por el mero hecho de ser cuidadosos con los que compramos”.

Emma Watson

Medios de comunicación y jóvenes



Los medios de comunicación son una de las principales fuentes de información, son lúdicas e interesantes, y si las usáis bien os servirán además para aprender y estar informados. Gracias a ellas podemos comunicarnos con todo el mundo y saber qué ocurre en cada país y en cada momento. En muchos casos, los medios pueden llegar a ser muy influyentes en la formación de opinión de las personas, por lo cual es fundamental estar atentos a qué tipos de mensajes transmiten los medios de comunicación que consumimos. Os presentamos un cuadro con aspectos positivos y no tan positivos de los medios de comunicación:

Aspectos positivos

Permiten informarse de manera rápida y sencilla, de forma directa y simple.

Son de fácil acceso para diferentes sectores de la población, a través de las nuevas tecnologías.

Además de comunicar e informar, pueden enseñar contenidos y entretener.

A partir del uso de las nuevas tecnologías los contenidos pueden ofrecerse en tiempo real en cualquier lugar del mundo.

Aspectos negativos

Muchas veces, transmiten una información sesgada y determinada por un cierto punto de vista con intereses particulares, lo cual permite la manipulación de las personas que los consumen.

Hay muchos sectores de la población mundial que no tiene acceso a las nuevas tecnologías por carecer de la infraestructura necesaria.

Los contenidos no siempre son positivos para el público, dado que también están cargados de violencia y de contenidos no aptos para niños y jóvenes.

1- Informar

Recogen y entregan información de manera veraz y oportuna sobre los diversos acontecimientos mundiales y otros temas de interés. Esta información busca ser lo más objetiva posible.

2- Educar

Transmiten la cultura de las distintas comunidades; su pasado, presente y proyecciones futuras. Los avances tecnológicos han posibilitado la transmisión de estos programas educativos de manera más atractiva para la comunidad.

3- Entretener

La sociedad demanda entretenimiento y el esparcimiento a los medios, y éstos nos responden llenando nuestro tiempo con opciones para descansar y divertirnos.

4- Formar opinión

Los distintos mensajes entregados por los medios de comunicación, contienen la ideología de quienes elaboran la información, de este modo se promueve una opinión generalizada y asemejada entre los receptores.

5- Publicidad y propaganda

Buscan conseguir consumidores para los distintos productos que se ofrecen. De esta manera la publicidad y propaganda financian los distintos tipos de programas presentados por los medios, así nos encontramos a la actriz que tanto nos gusta, tomando ese refresco que tanto bebemos, en mitad de la serie que tanto vemos.



Información de interés

Antes la comunicación consistía en generar estrategias donde se emitía un contenido y éste era recibido por un público en general. Con esa forma de comunicación era muy difícil cuantificar el impacto que estaba teniendo este mensaje. Con el uso del internet **ahora no solo se emplea un mensaje que es recibido sino que también el que recibe esta información es denominado usuario**, que es capaz de dar un feedback en el contenido. Los medios convencionales no han dejado de transmitir una comunicación moderna, al contrario también se han adaptado a enviar contenidos a través de los medios digitales.

Los medios digitales utilizan estímulos tanto visuales como auditivos. Redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram entre otras realizan contenido que va en consonancia con la comunicación moderna y utilizan un elemento que se encuentra inmerso en la evolución de los medios de comunicación y son los memes. Los memes son una forma novedosa, jovial, sarcástica y divertida de transmitir una idea. Y es otra de las formas de comunicación moderna de uso en los medios digitales.

Un meme tiene la capacidad de viralizar una situación que ocurre en tiempo real, y no solo esto, sino que también millones de usuarios pueden crear una réplica del original como forma de expresión. El contenido empleado a través de los memes es incluso más valorado en la actualidad que información que transmiten los medios editoriales, empresas y organizaciones.



Es importante conocer de dónde viene la información, no todo lo que es cierto



¿Qué puedo hacer yo?

- ¡Engánchate a la parte positiva!
- **Infórmate:** pero hazlo de manera objetiva y crítica.
- **Edúcate:** la formación no ocupa lugar y la cultura tampoco, aprovecha todos esos recursos gratuitos que se te ofrecen para tu bienestar propio. Algunas webs que te pueden interesar son las siguientes: <https://www.portaleducativo.net>-----<https://www.profesorenlinea.cl>---<https://www.euroresidentes.com>)
- **Entretente:** busca apps de ejercicios, de rutinas dinámicas, de series y películas, de libros... hay un mar de entretenimiento gratuito a tu alcance, sólo tienes que elegir bien.
- **Fórmate tu opinión:** que tu opinión no sea la copia de ningún medio, sino la conclusión propia después de escuchar a varios de ellos.

“El consumismo tiene una fuerte raíz en la publicidad masiva y en la oferta bombardeante que nos crea falsas necesidades”

Enrique Rojas

Contrapublicidad

La “contra publicidad” empezó en la calle, alterando vallas publicitarias, principalmente con mensajes que escondían reivindicaciones del ámbito social o político, o incluso formas de arte urbano. Acciones efímeras que serían eliminadas rápidamente por la policía o la empresa afectada.

Un movimiento artístico, el Pop Art, también se alimentó de la publicidad, pero no reivindicó nada porque estaba vacío de todo compromiso social.

En los años 80-90, internet da el impulso definitivo a la contra publicidad, es más elaborada estéticamente hablando. Se produce un impacto de las nuevas tecnologías y *culture jamming* que llega hasta nuestros días y existen numerosos colectivos contra publicitarios.

Conceptos básicos

La contra publicidad o subvertising representa un movimiento de crítica a la publicidad y, a través de ella, a las grandes empresas y multinacionales que la utilizan.

El término está acuñado por grupos y organizaciones que rechazan el modelo económico dominante y las prácticas empresariales abusivas o no compatibles con el desarrollo sostenible.

Estos grupos denuncian a la publicidad por considerar que es un motor de consumo que muestra una realidad deformada y busca que el ciudadano consuma sin límites.



<http://ies.villablanca.madrid.educa.madrid.org/web2014/wordpress/plastica/contrapublicidad/>



<http://caarollopez.blogspot.com/2019/02/contrapublicidad.html>

Información de interés

La contra publicidad, también llamada anti publicidad o piratería publicitaria, hace críticas de la publicidad convencional mediante la alteración de los mensajes que contiene. Consiste en trastornar, revolver y destruir la publicidad utilizando las propias técnicas publicitarias para invertir los significados de los mensajes comerciales.

Es una forma de resistencia y de lucha contra el mundo de consumo y la globalización. Traslada a la sociedad un modelo distinto, contrario al de producción y consumo



<https://www.investigaciondigna.es/contrapublicidad>



<https://ecoinventos.com/nefassto-concurso-de-contrapublicid>

Lo principal es que sepas encontrar
tus propias ideas y valores, no aceptar,
si más, las que te vienen dadas
por la publicidad.

<http://porcosmortos.weebly.com/contrapublicidad.html>

Te mostramos un ejemplo de contra publicidad llevada a cabo por jóvenes:

“Jóvenes argentinos crearon el **"Proyecto Squatters"** con el fin de construir una respuesta colectiva y artística a la propaganda corporativa. Estos jóvenes utilizaron la vía pública para realizar intervenciones de contra-publicidad con el fin de construir una mirada crítica sobre la sociedad de consumo y el discurso ideológico de las grandes corporaciones privadas”.

NOESCAFÉ.



Tipos de contra publicidad

Formato: gráfica, audiovisual, transformación de una publicidad convencional, plantillas para spray.

Tiene como objetivos la Denuncia social, el Humor, es Educativo y tiene un componente Artístico.

Ejemplos:

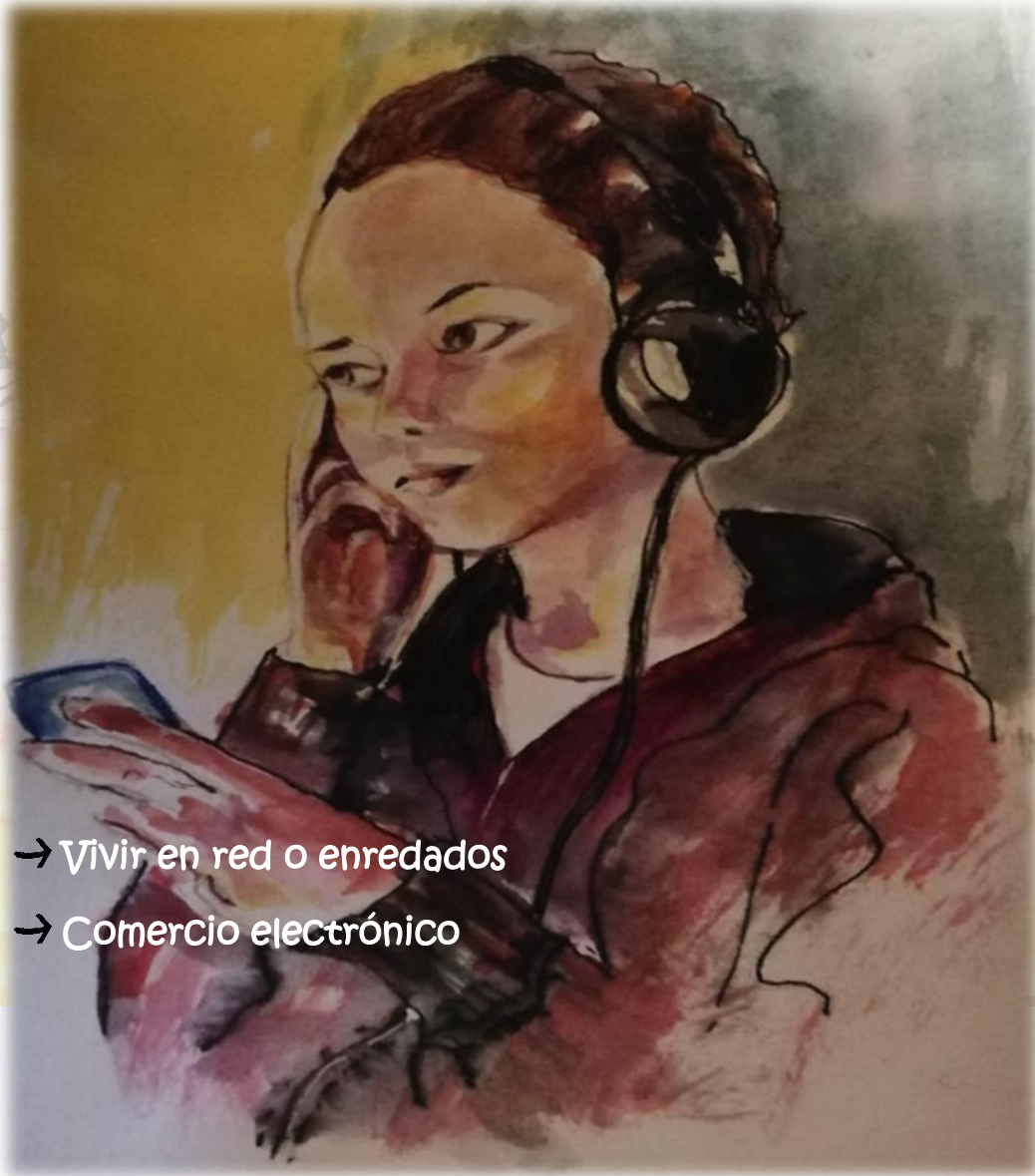


¿Qué puedo hacer yo?

→ **Reacciona contra las prácticas comerciales abusivas** y denuncia el hecho de solo considerar a las personas como consumidores y objetos de mercado. Es una llamada a la acción para cambiar nuestro mundo actual por una sociedad más sostenible, equitativa y responsable.

El gran motor del cambio es la tecnología. (Alvin Toffler)

6. Nuevos modelos de consumo On-line



- Vivir en red o enredados
- Comercio electrónico

Vivir en red o enredados

La tecnología ha cambiado la forma de relacionarnos con el mundo, sobre todo en los más jóvenes, son la generación nativa digital. Con la tecnología han cambiado sus hábitos, su consumo de información, su acceso al ocio y también ha tenido un efecto directo sobre sus pautas de consumo. Han ligado ya de forma absoluta y completa sus patrones de consumo a lo que la tecnología puede ofrecerles. Esto se ha convertido en un reto para las marcas, empresas y firmas retail.

El gusto por el uso de las tecnologías digitales ha sido una característica propia de las generaciones más jóvenes. Forman sus relaciones sociales de forma autónoma, en diferentes grupos, donde comparten una comunicación digital a través de TikTok, Instagram, YouTube, Twitch, WhatsApp, etc. Que ha animado a los adolescentes a participar activamente en entornos virtuales, aunque son muy vulnerables a todo lo que les llega desde estos escenarios digitales.



La permanente conexión y dependencia de sus teléfonos inteligentes y sus redes digitales despierta recelo, cuando no preocupación. Algunos adolescentes no son del todo conscientes de los riesgos que implica la participación en determinados espacios digitales: no sólo a nivel de seguridad y control, sino también de gestión de los conflictos interpersonales que se originan. Por ello, es necesario un acompañamiento para evitar los posibles engaños y manipulaciones a los que puedan estar expuestos.

Móviles, internet y redes sociales

Móviles

El teléfono móvil es probablemente el elemento tecnológico más usado por los adolescentes hoy en día. Los actuales Smartphone son mucho más que un simple teléfono para llamar y recibir llamadas, son ordenadores en toda regla con un potencial casi ilimitado.

Es un instrumento de comunicación muy poderoso y además toda una señal de identidad. La popularidad de los móviles ha hecho que los adolescentes lo incorporen a su atuendo personal como una prenda de vestir más, preocupándose

por su estética: lo “tunean” poniéndole carcasas de colores, compitiendo por tener el modelo más actual y usándolo como un complemento personal.

Los adolescentes aman ir de compras y por ello pisar tiendas físicas. Pero, aunque quieren tocar y ver, durante el proceso también emplean sus móviles y se dejan influir por lo que encuentran a través del mismo. Y no solo eso, el móvil también es un acompañante para hacer que el proceso de compra sea más rico.

Conceptos básicos

Los Smartphone o teléfonos móviles con acceso a Internet son un complemento indispensable entre los jóvenes. Son muy útiles, pero es conveniente que seamos conscientes de la información que descargamos en ellos, de las aplicaciones que instalamos, los juegos a los que jugamos y de las imágenes que subimos a redes sociales. Nunca estamos realmente solos, actualizamos los estados, compartimos lo que estamos viendo, escuchamos y leemos, y nos sentimos hiperconectados, la comunicación nunca debe detenerse y parece que siempre sucede algo nuevo.



**La vida es todo aquello que pasa mientras
miras tu teléfono, no lo permitas**

Información de interés

Los adolescentes entran en el mundo del consumo de forma activa y con habilidades y recursos en progreso, por lo que, en general, son consumidores muy vulnerables. Por este motivo muchas empresas lanzan infinidad de campañas publicitarias y en ocasiones utilizan prácticas poco éticas con tarifas ocultas y precios abusivos, estafas, engaños, etc. Un bombardeo incesante que no te permite ser reflexivo, y por tanto son los propios adolescentes quienes deben asumir las consecuencias de las equivocaciones que han cometido con las elecciones que han hecho.

Breve resumen de “cosas” a las que hay que prestar atención:

Lo recomendable es hacer uso del sentido común y la desconfianza racional ante ofertas increíblemente buenas, mensajes de fuentes desconocidas, o los diversos chollos que se ofrecen. Lo mejor es investigar en la red para comparar y descubrir posibles trampas.

Las estafas con los mensajes Premium: con cualquier excusa (un mensaje, un vídeo, una supuesta participación en un concurso...), te invitan a introducir tu número de teléfono o a pinchar en algún enlace para poder beneficiarte de algún contenido, pero sin mostrar claramente la letra pequeña en la que se indica que se te van a enviar mensajes a tu teléfono por los cuales vas a tener que pagar. Podemos contactar con nuestra operadora de telecomunicaciones para solicitarle que bloquee el servicio de SMS Premium.

Las estafas con los envíos de paquetes ¿Has recibido un mensaje de texto en el que te indican que tu paquete no ha sido entregado o está de camino? ¿Ese mensaje contiene un enlace? ¡No hagas clic! Suplantando la identidad de empresas de paquetería. Es un mensaje fraudulento, cuyo único propósito es robar tus datos personales o instalar una aplicación maliciosa en tu teléfono.



Aprender tiene etapas... internet también



¿Qué puedo hacer yo?

Recomendaciones para un uso correcto y responsable, para reconocer los posibles peligros y saber evitarlos y superarlos.

- **La seguridad de los equipos** (ordenadores, teléfonos, webcam...). Tener un buen antivirus y actualizarlo, no abrir correos electrónicos de remitentes desconocidos y no abrir ningún archivo si no estamos cien por cien convencidos de que proviene de un sitio seguro.
- **Evitar Facturas desorbitadas.** Llamar por teléfono, mandar SMS, el tráfico de datos o descargar servicios por el móvil es algo que cuesta dinero, en ocasiones con tarifas muy altas. Infórmate antes de utilizarlos.
- **Estafas.** Hay que ser muy consciente de qué se descarga, igual que se es consciente de qué se compra. participar en un concurso o descargar un juego puede esconder una estafa.
- **Intimididad.** Los teléfonos móviles contienen mucha información personal, agenda de contactos, fotos, etc. Por este motivo en caso de pérdida o robo, no solo hay que bloquear la tarjeta SIM para impedir que terceras personas hagan compras o llamadas a nuestro cargo, sino que también hay que bloquear el terminal para que éste quede totalmente inutilizado.
- **Bluetooth.** El Bluetooth permite intercambiar archivos de forma gratuita entre dos teléfonos que se encuentren cerca el uno del otro. Lo normal es que sea una función que se activa solo para una transmisión concreta, y que una vez realizada se vuelve a desactivar. Pero a veces se deja encendido por error o desconocimiento y el aparato queda expuesto con un canal de entrada que cualquiera puede detectar.

Los celulares ayudan a estar conectados a los que están a distancia. Los celulares permiten a los que se conectan...mantenerse a distancia.

Zygmunt Bauman

Internet....

Compras El espejismo de la vida perfecta: quiero lo que veo. Ha cambiado el comportamiento de consumo de los adolescentes debido a la presencia e influencia de los medios digitales en su vida. Son cautivados por completo de todo aquello que ven en ese universo digital. Anhelan tener la vida de los influencers adolescentes a los que siguen. Tienen un gran impacto en lo que se refiere a la publicidad, las marcas, música, moda, tendencias, etc. La facilidad y la comodidad de comprar en un solo clic y a cualquier lugar del mundo hacen de este medio uno de los más utilizados entre los menores, que gastan su dinero, principalmente, en conseguir más datos para el móvil, videojuegos, dispositivos electrónicos y suscripción a servicios de contenido audiovisual, o compra de música o películas.



Conceptos básicos

La mayoría de las grandes plataformas de comercio online, en sus políticas o condiciones de uso, advierten de que los menores de edad no pueden realizar compras en sus sitios web.

Sin embargo, algunas de ellas, conscientes de que existe un público amplio al que puede ofrecer servicios, no prohíben que los menores de edad utilicen su plataforma para realizar compras de productos tecnológicos, libros, música, ropa o aplicaciones para el móvil o la Tablet. Otras establecen procedimientos para que las compras realizadas por menores de edad sean verificadas por un adulto.



Te deben facilitar siempre una factura con todos los gastos y el precio final de la compra o contratación. Comprueba la confirmación de la compra a través del correo electrónico.

En internet no todo es lo que parece



¿Qué puedo hacer yo?

Para que todas tus compras se realicen con seguridad, es importante seguir unas pautas cada vez que compres por Internet:

- Protege tus claves
- Accede a sitios seguros para las compras online. La dirección URL empieza por https:// en lugar de http://, o porque llevan el icono de un candado verde o de una llave junto a la barra de dirección.
- Procura comprar siempre en páginas conocidas o de empresas que no te resulten extrañas; que tengan, a ser posible, domicilio en la Unión Europea.
- Comprueba que la web dispone de certificado digital. Haciendo doble clic en el candado, se abrirá una pestaña donde aparecen datos identificativos fundamentales.
- Antes de contratar, lee con atención toda la publicidad y las condiciones generales. Conviene guardar esos documentos y conservarlos: pueden servir en el momento de poner una reclamación.
- Cuando compras por internet, puedes ejercer lo que se conoce como “derecho de desistimiento”, es decir, puedes retractarte de tu compra sin necesidad de justificación, en los 14 días siguientes a la recepción del producto, y la empresa está obligada a reembolsar el dinero pagado sin penalización.
- Al terminar cada compra debe aparecer una página que resuma la transacción y que debe guardarse, al igual que la página que contiene el nombre del negocio, la dirección, el número telefónico y los términos legales de la compra.
- Desconfía si la empresa te pide el número pin de la tarjeta de crédito o débito. Sólo se pueden solicitar datos como el número de la tarjeta, la fecha de caducidad, el nombre del cliente y un código que aparece en el reverso de la tarjeta.
- El producto comprado debe llegar a su destinatario antes de 30 días o en el plazo que se haya pactado. Si el artículo no estuviese disponible en ese plazo, la empresa deberá avisarte para que puedas solicitar el reembolso.

Juegos online



Los videojuegos cumplen su función socializadora como nunca habíamos podido imaginar, creando lazos entre personas desde el momento en que Internet posibilita las partidas multijugador, que convierte en ese momento una actividad históricamente individual y autónoma, casi de aislamiento, en otra actividad colectiva y compartida, cambiando el comportamiento social en torno a estas prácticas.

Según las habilidades que fomentan y estimulan, los videojuegos pueden dividirse en tres grandes grupos: impulsivos, reflexivos e imaginativos. Muchos juegos combinan estas tres tipologías, logrando así experiencias más ricas y variadas.

También pueden clasificarse los juegos en función de su género, (aventuras, acción, estrategia.) el cual viene definido por su sistema de juego más que por su temática.



Con el juego no se juega

De un tiempo a esta parte hemos sido testigos de la proliferación de locales que albergan salas de juego, anuncios de casas de apuestas en todos los medios de comunicación, plataformas On line de juegos de todo tipo, tanto de azar como videojuegos, así como de todo tipo de retos y juegos virales a través de las redes sociales. Esta “nueva” forma de entretenimiento tiene sus riesgos. Algunos juegos online utilizan el modelo “freemium”, lo que significa que te proporcionan algunos contenidos de forma gratuita, pero requieren de un pago para acceder a otras partes del juego.

Conceptos básicos

El ámbito del gaming se ha establecido en la mayoría de países, creándose comunidades y una cultura alrededor de ellos. Aunque los juegos online pueden proporcionar una interacción social de calidad, hay un lado oscuro. Desde el ciberacoso, depredadores online, adicción hasta los costes ocultos. Existen multitud de juegos y aplicaciones disponibles en las redes sociales, algunos de ellos muy populares: Candy Crush Saga, Instagram, Farmville, etc. Para poder utilizarlos, debemos aceptar ciertas condiciones y permisos de acceso a nuestro perfil que, en ocasiones, se activan simplemente pulsando el botón de “Jugar”.

Hay muchas inquietudes cuando se trata de jugar a videojuegos online, y muchos riesgos, como invertir nuestro tiempo o nuestro dinero, incluso el dinero de nuestros padres, amigos o allegados, o no dedicar el tiempo necesario para realizar otras actividades, como estudiar, jugar, hacer deporte, socializar, etc. Si comprendemos los riesgos y la importancia de la seguridad, es mucho más probable que seamos críticos y responsables.



El Etiquetado de los juegos en línea Para los juegos en línea, aquellos que precisan conexión a internet para poder funcionar, se ha creado una regulación específica, el sistema PEGI Online. Los proveedores del juego deben cumplir una serie de normas de seguridad y garantizar la protección de los menores para obtener la licencia. La marca PEG aparece en la página de inicio del juego con un enlace a una página con información específica.



La etiqueta PEGI OK, indica que cualquier persona puede jugar porque el juego no incluye ningún contenido potencialmente inapropiado.

PEGI

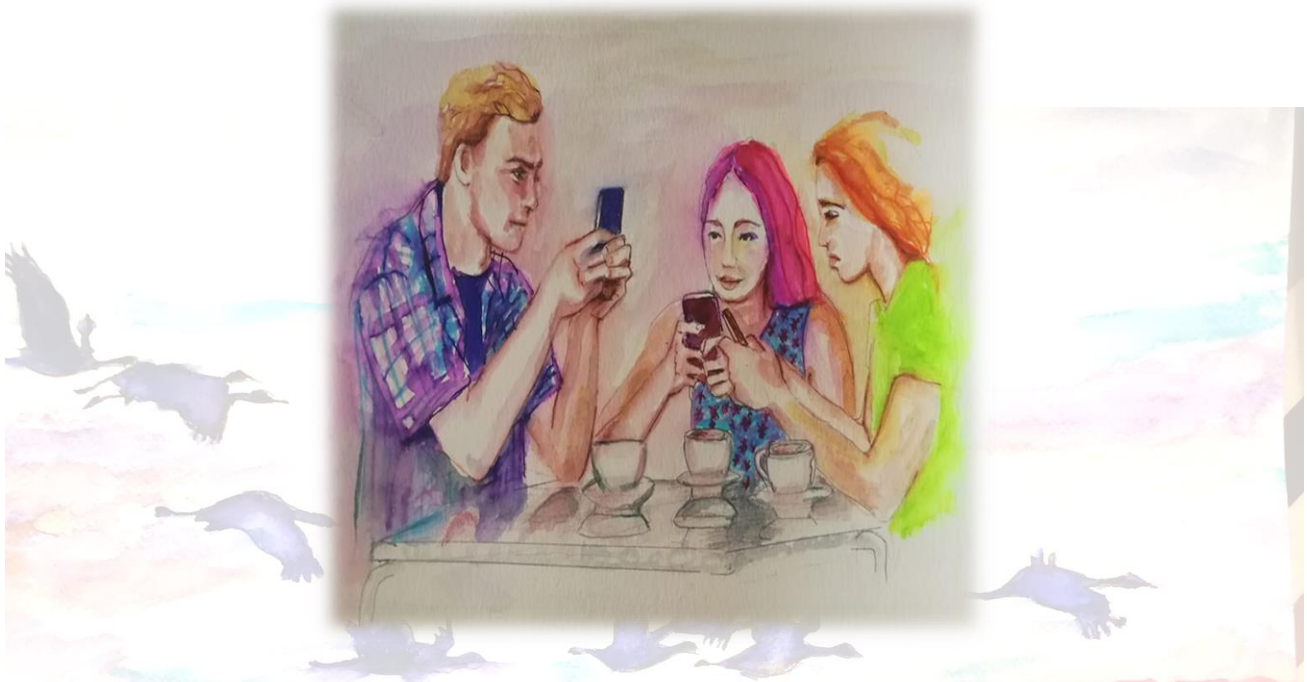
Clasificación por edades de software y videojuegos.



¿Qué puedo hacer yo?

- En primer lugar, asegúrate que la descarga del juego se realiza desde una página oficial, en caso contrario es fácil que los ciberdelincuentes accedan a nuestra información personal y se hagan con ella.
- Comprobar si el juego nos supone un gasto para poder pasar a otros niveles, un gasto cada vez más descontrolado o incluso el robo de datos bancarios. Recuerda que no todas las descargas son gratuitas. No revelar información personal cuando el juego se desarrolle en una comunidad en la que haya personas desconocidas.
- Jugar siempre juegos adaptados a la edad de los participantes

Redes sociales



La necesidad de aprobación y de sentirse aceptado es una necesidad que en la adolescencia es una prioridad. La unión de esta etapa junto con las redes sociales ha provocado que la cantidad de «me gusta» que se reciben, determine, en gran parte, su autoestima. Algo que descubren poco a poco los menores cuando se familiarizan con los diversos canales de Instagram, Tik Tok, Youtube o Twitch es que se crean comunidades. Los seguidores de una celebridad constituyen otro medio para hacer amistades online y crear así un sentido de pertenencia entre ellos. Comparten pasiones, aficiones, experiencias, etc.

**La mejor red social
es una mesa rodeada de las personas que más
quieres**



Conceptos básicos

Los influencers adolescentes mueven a su alrededor comunidades de fans a los que transmiten ideas, publicidad y un estilo de vida concreto. Los adolescentes desarrollan una progresiva conformidad social al respecto. Difícilmente ponen en duda nada de lo que ven a diario a través de este medio.



Los jóvenes disponen ahora de nuevas referencias que imitar y en las que inspirarse. Son figuras públicas y de vida aparentemente perfecta que les hablan del mundo de los videojuegos, la belleza, el cine, el arte, los temas sociales y el medio ambiente. El hecho de que deseen ser youtuber o tener su propio canal de Twitch con millones de seguidores no es, en sí mismo, un problema. La preocupación reside en cómo una parte de las nuevas generaciones está plenamente supeditada a todo lo que acontece en ese universo paralelo de sus pantallas.

Reflexionemos.....¿verdadero o falso?

Disminución de interacciones sociales «face to face». las interacciones personales pierden su valor real.

Los jóvenes prefieren, en muchas ocasiones, mantener un contacto virtual y superficial con miles de amigos por Instagram u otras redes sociales, que hacerlo en la vida real y diaria.

Lo que nos aporta una conversación con nuestros amigos, un paseo hablando sobre nuestros pensamientos y sentimientos, es mucho más importante e imprescindible que aquello que nos aporta las Redes Sociales. Nos sentimos queridos e importantes para esas personas, lo cual en las amistades de Instagram o Facebook es inexistente.

Realizamos cierto uso excesivo, lo que genera dependencia y preocupación, tanto en los adolescentes, que sienten con fuerza el peso de lo que opinen los demás de ellos, como en el tiempo que se invierte, que restamos de vivir experiencias reales.

Infórmate y se responsable para estar en las redes de forma segura.



Las redes sociales son estupendas herramientas de comunicación con otras personas



¿Qué puedo hacer yo?

- Configura adecuadamente la privacidad de tu perfil.
- Filtra la información que subes a Internet. Ten en cuenta que una vez subida pierdes el control de la misma.
- Piensa antes de publicar algo, ya que una vez publicado no sabes si saldrá de la red social. Podrán utilizar esa información en tu contra.
- Revisa las aplicaciones instaladas y ten cuidado con publicaciones sospechosas, aunque provengan de contactos conocidos.
- Las principales redes sociales se toman muy en serio los problemas de seguridad de sus usuarios. Si tienes problemas, contacta con ellos a través de los mecanismos de contacto o de denuncia que facilitan.
- Asegúrate de que tus contactos en las redes sociales son realmente quienes crees que son. No nos conformemos con ver la foto, el nombre o que es amigo de nuestros amigos.
- Al igual que en la vida real, en las redes sociales también debemos ser respetuosos y tratar con educación a nuestros contactos. No envíes mensajes ofensivos a ningún contacto. Debes ser respetuoso y tratar con educación a tus contactos.
- No compartas fotos ni vídeos en los que aparezcas en situaciones comprometidas (sexting).
- No te olvides de leer la política de privacidad y las condiciones del servicio antes de usarlo.
- **Denunciar** al centro de seguridad de la red social cualquier sospecha de suplantación, tanto si somos nosotros las víctimas como si sospechamos que pueden estar suplantando a otra persona.

Información de interés

Cómo usar las redes sociales para mejorar el medio ambiente.



Tu día a día en internet contamina al año tanto como un viaje en coche de más de 1.000 kilómetros.

La basura de los archivos inútiles almacenados en la nube supone 600 toneladas de CO₂ y eliminarlos o recuperarlos tendría un impacto equivalente al de plantar 10.000 árboles. Unos sencillos consejos pueden sacarles mucho partido a las redes sociales a favor del medio ambiente.

Las **redes sociales pueden hacer mucho por el medio ambiente** concienciar a los ciudadanos, reclamar acciones a instituciones y empresas, organizar grupos de participación activa, facilitar contactos entre profesionales del sector, publicar y difundir contenidos “verdes”, apuntarse a iniciativas para compartir el coche o intercambiar productos u opinar en bancos de ideas. A las siete erres del consumidor ecológico se le suma una octava, la de Redes sociales.



Tenemos buenos motivos para ser optimistas:

Cada día más gente está concienciada

de las repercusiones de sus actos.



¿Qué puedo hacer yo?

- **El primer paso para ayudar al medio ambiente a través de las redes sociales** es conocerlas: Facebook y Twitter sirven para mucho más que darle al «me gusta» o hacer un «retuiteo». Y aunque son las más conocidas, no son las únicas interesantes: Google+, la red social de Google, Flickr para imágenes, Vimeo para vídeos, etc.
- **Podemos Crear hashtags y tendencias**, Twitter es una de las redes sociales más dinámicas y con poder de influencia. Para que el medio ambiente esté más presente, se pueden crear «hashtags» como #medioambiente, #reciclaje y #contaminación, etc., para promover iniciativas y convertirse en una de las «Tendencias» o «Trending Topics».
- **Publicar y difundir contenidos «verdes»**
- **Apuntarse a iniciativas 2.0 medioambientales**. Las redes sociales son también de gran utilidad para **reducir**, **reutilizar** y **reciclar** o para **intercambiar productos usados**, como la red Freecycle. Por último, puedes
- **Crear tu propia red social medioambiental**. Hay diversas páginas web como Ning o Socialgo, sistemas de foros de debate y listas de correo electrónico, como Google Groups o los wikis, con Wikispaces para intercambiar contenidos de manera colectiva y sencilla.

La tecnología es importante, pero lo único que realmente importa es que hacemos con ella. (Muhammad Yunus)

Comercio electrónico



El comercio electrónico se rige en España por una serie de normativas que abarcan desde la protección de datos a la legislación sobre venta a distancia, las condiciones generales de la contratación, la facturación electrónica y las garantías para los bienes de consumo.

Conceptos básicos

¿Qué es el comercio electrónico?:

Los principales motivos para comprar online frente a la tienda física son buscar un ahorro en el precio del producto, la comodidad de hacerlo en cualquier momento y lugar, la flexibilidad en entregas y devoluciones, el ahorro de tiempo, la variedad de la oferta y comparación de productos y marcas. Es una modalidad de compra no presencial que consiste en la adquisición de productos o servicios a través de Internet como servicios turísticos y de transporte, ropa, artículos deportivos, electrónica, alimentación, entrada a espectáculos, Smartphone, Tablet y un largo etc.



**Realiza las compras por internet
de forma responsable y mediante
pasarelas de pago seguras**

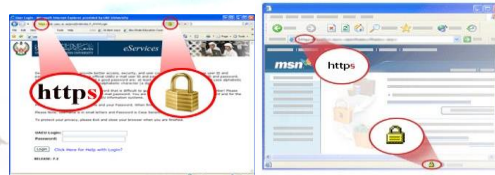
Información de interés

- Es una nueva forma globalizada de consumo (entendido como la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales).
- Utiliza Internet como principal herramienta.
- Es una evolución en la forma en que interactúan compañías y personas consumidoras.
- Requiere de un marco legal que garantice su seguridad.

Identificación de seguridad:

Utilizaremos un servidor seguro:

- Un candado cerrado o llave cerrada a pie de página indican que el sitio es seguro. **https**



- Debemos fijarnos si aparece el icono de Confianza Online (www.confianzaonline.es)



- Debemos evitar comprar en sitios domiciliados en países no pertenecientes a la Unión Europea, puesto que éstos no tienen la obligación de respetar las leyes comunitarias ni se podrá recurrir a la Red Europea para la Resolución Extrajudicial de Conflictos de Consumo.
- Es conveniente comprobar si el comercio en el que se va a adquirir el producto está **adherido a algún mecanismo de protección al consumidor** extra (arbitraje de consumo, confianza online, autocontrol...) y no debemos facilitar más datos que los estrictamente necesarios. Si es posible hay que evitar pagar por adelantado y con tarjeta de crédito; el consumidor debe dar prioridad a utilizar una tarjeta de prepago.

- Para renunciar al producto que se ha comprado, tenemos un plazo de 14 días para ejercer este derecho y que el comerciante proceda al reembolso, existiendo algunas excepciones. Si el comerciante no hubiese facilitado previamente la información exigible, el periodo de desistimiento expirará a los 12 meses.

Ventajas	Riesgos
→ Oportunidad de comprar el producto en un mercado más amplio y competitivo.	→ No puedes examinar la calidad del producto. El artículo puede llegar deteriorado.
→ Eliminación de los intermediarios en el proceso comercial, lo que supone el consiguiente abaratamiento del coste de los artículos.	→ El producto enviado puede que no se corresponda con el que hayas seleccionado o comprado.
→ Rapidez en la obtención del producto adquirido.	→ Posible incumplimiento en el plazo de entrega.
→ Posibilidad de Devolución si no nos gusta o no se ajusta a lo que necesitamos.	→ Dificultad en las reclamaciones.
→ No hay necesidad de desplazarnos.	→ Barreras de entrada: desconfianza, falta de información...

Al igual que cuando hacemos una compra en una tienda en el comercio Online hay elementos básicos que debemos tener en cuenta antes y después de realizar la compra. Lo vemos en el siguiente cuadro:

Antes de realizar la compra	Después de haber comprado
El vendedor deberá informarnos sobre: → Su identidad y domicilio. → Características esenciales del producto o servicio, de forma clara y comprensible → Precio total, incluido en su caso el transporte. → Derecho de desistimiento. → Formas de pago, modalidad de entrega y plazo de validez de la oferta. → Idiomas en que podrá formalizarse el contrato. → Condiciones generales de contratación.	El vendedor está obligado a: → Envío del acuse de recibo por correo electrónico, online, mensajería, correo ordinario... → El contrato se entiende celebrado en el lugar que el consumidor tenga su residencia habitual. → Las ofertas serán válidas durante el periodo establecido en la publicidad. → Una vez aceptada la compra, el vendedor deberá entregar el producto adquirido en un intervalo de 30 días máximo, siempre que el vendedor no especifique ningún plazo inferior



¿Qué puedo hacer yo?

- Comprobaremos la identidad del vendedor y su dirección. Una página web y una dirección de correo electrónico no son garantías suficientes.
- Nos vamos a asegurar de las características esenciales de los productos que quiera adquirir.
- Antes de contratar cualquier servicio, accederemos a las condiciones generales del contrato.
- La mayoría de las compras realizadas por Internet requieren el pago mediante tarjeta de crédito, pero no es recomendable facilitar los datos si no se fía de la confidencialidad con la que vayan a ser tratados.
- Al realizar el pago, comprobaremos que el cargo es correcto y conservar el justificante por si tuviera que hacer alguna reclamación.
- Debemos conocer los derechos que nos asisten en cuanto a la información suministrada a través de páginas web, de manera que este conocimiento le permita hacer una elección informada de aquellos servicios que cumplen con estas exigencias.

El cambio es incesante e implacable, por tanto, la mejor estrategia es aceptarlo y evolucionar.

Seth Godin

7. Derechos de las personas consumidoras



“Sin dudas: reclama”

Somos personas consumidoras, desde que encendemos una luz, hacemos una llamada de teléfono, contratamos un viaje o hacemos la compra de algún producto. En cualquiera de estas situaciones podéis llegar a tener alguna discrepancia, por ello, es muy importante que sepáis cómo actuar en caso de tener que presentar una queja, una reclamación o una denuncia en materia de consumo y los mecanismos de defensa de los que disponéis como consumidores extremeños.



Conceptos básicos

Aclaremos conceptos, y es mejor con un ejemplo:

- **RECLAMACIÓN:** Exposición de un conflicto surgido en relación con el acto de consumo solicitando una solución y/o compensación.
- **DENUNCIA:** Exposición de unos hechos que pueden ser constitutivos de infracción, con la finalidad de ponerlos en conocimiento de la Administración competente, sin perseguir efectos compensatorios.
- **QUEJA:** Exposición de hechos que han impedido o dificultado formalizar el acto de consumo, estableciendo actuaciones de inspección y control cuando hay un elevado número de quejas.

PROCESO DE MEDIACIÓN/CONCILIACION: Mecanismo extrajudicial para resolver conflictos. Aquí aparece la figura del mediador/conciliador como la persona responsable de orientar a las partes implicadas en la problemática hacia la búsqueda de soluciones pacíficas en todo momento.



Si no estamos conformes con un producto o servicio que hayamos comprado, podemos acudir a la oficina de consumo más cercana para que nos informen sobre nuestros derechos.

Información de interés

Veamos paso a paso cómo poner una reclamación



Las reclamaciones en Consumo siempre debe hacerlas un consumidor o usuario frente a una empresa o profesional. Os indicamos el ABC de “Cómo reclamar”:



En primer lugar, debes dirigirte al establecimiento, solicitar la hoja de reclamaciones y exponer los hechos.

ESTE ESTABLECIMIENTO
TIENE
HOJAS DE RECLAMACIONES
A DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR
QUE LAS SOLICITE

JUNTA DE EXTREMADURA

¿Cómo es una Hoja de Reclamación?

Se compone de tres copias:

- **BLANCA**: Ejemplar para la Administración. Que deberá entregar la persona que pone la reclamación en el organismo de Consumo.
- **VERDE**: Ejemplar para el establecimiento Reclamado. Que se deberá entregar en el establecimiento donde realiza la reclamación.
- **ROSA**: Ejemplar para la persona Reclamante. Copia que nos quedamos como justificante.

¿Qué significa esto? Vais a plantear un problema donde están implicadas varias partes, así que rellenáis este formulario de la siguiente manera:

- **Datos del Reclamante** (Vosotros): Nombre, apellidos, DNI, dirección...
- **Datos del Reclamado** (La empresa): nombre o razón social, dirección, NIF... lo debe aportar la tienda empresa o establecimiento.
- **Expone**: aquí hacemos un resumen de lo que ha ocurrido.
- **Solicita**: qué pretendéis con esta reclamación.
- **Alegación del reclamado**....
- **Firma**: muy importante y hay que hacerlo siempre antes de entregar el formulario en el establecimiento y posteriormente a Consumo.



En caso de no llegar a un acuerdo o si la solución que te ofrecen no es satisfactoria, puedes presentar una queja, reclamación o denuncia. ¿Dónde?

- En la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de tu localidad.
- En la Oficina del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor más cercana.
- En cualquier ventanilla única, dirigiendo el escrito al Instituto de Consumo de Extremadura.
- También puedes pedir el asesoramiento de una asociación de consumidores.



Junto a este escrito, donde harás constar tus datos (Nombre, domicilio, DNI...), y una breve exposición de los hechos, **deberás adjuntar toda la documentación de que dispongas y que justifique el servicio o suministro objeto de la reclamación** (factura, tique, contratos, folleto publicitario, presupuestos...). El formulario blanco impreso y los documentos que se aporten, se presentarán en una oficina de consumo o en cualquiera de los Registros de la Junta de Extremadura que formen parte del Registro Único o de manera telemática y nos quedaremos con la copia rosa, que nos servirá como justificante.



No os olvidéis de rellenar todos los apartados y aportar la documentación necesaria

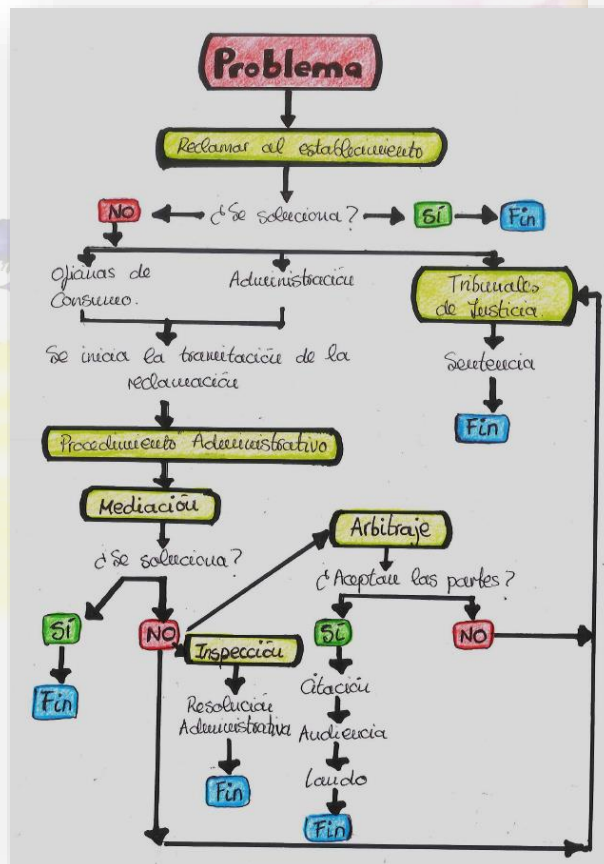


Vamos a poner **un ejemplo**; Imaginaros que compráis un portátil nuevo en una tienda, a los 20 meses se estropea y acudís a la tienda y allí os dicen que como estaba en oferta, la garantía que tenía era sólo de un año. ¿Qué hacéis? Aquí tenéis **dos opciones**:

1. Iros a casa con el portátil estropeado y hacer una nueva compra, conformándoos con la respuesta de la empresa.
2. Hacer valer vuestros derechos y solicitar una hoja de reclamaciones, porque como personas consumidoras informadas sabéis que la garantía de un portátil nuevo son tres años.

Bien, estamos en el segundo caso (solicitáis la hoja de reclamaciones), la rellenamos y exponemos lo que nos pasa, separamos las hojas, la tienda se quedan con la verde y a mí me dan dos: la rosa (la mía, que soy la persona consumidora) y la blanca (la de la administración, ¿y para qué me dan a mí la de Consumo?

Puedo hacer dos cosas; Me voy a casa con la documentación y espero a que me conteste la empresa (error garrafal). O, me voy a buscar la oficina más cercana de consumo o la envío a través de registro telemático o ventinilla única de registro y entrego la copia blanca (que para eso es suya) y donde expongo todo, con documentación que justifique lo que estoy solicitando. (Esto sí es de ser una persona consumidora informada, ¡Enhorabuena!).





¿Qué puedo hacer yo?

RECOMENDACIONES BASICAS

1. Guarde siempre el **TIQUE** de compra, facturas, albaranes de entrega, etc. imprescindibles para poder reclamar.
2. Lea bien la **LETRA PEQUEÑA**.
3. **NO FIRME** nada de lo que no esté seguro.
4. Aprenda a decir **NO ME INTERESA**.
5. **INFÓRMESE DE SUS DERECHOS** antes de comprar un bien o de contratar un servicio.
6. **SOLICITE ANTES UN PRESUPUESTO PREVIO** para una reforma, reparar un coche o un aparato, etc.
7. **PEDIR SIEMPRE COPIA** de todo lo que firme y compruebe de que su contenido es idéntico al original que deja a la empresa.
8. **EXIJA FACTURA** o comprobante y guárdelo durante el periodo completo de garantía (dos años).
9. La gran mayoría de los establecimientos deben disponer de **HOJAS DE RECLAMACIONES**, que constan de tres copias: **verde** para el establecimiento, **rosa** para la persona consumidora y una tercera **blanca** que debe remitirse a la Administración competente.
10. En ventas a distancia o fuera del establecimiento mercantil el período de **DESISTIMIENTO** será de **14 días naturales**.
11. Nunca se deben facilitar datos personales, ni número de cuenta bancaria, ni tarjeta de crédito por teléfono, puede ser un timo.
12. Es importante **COMPROBAR BIEN LA FACTURA** para saber qué servicios hemos contratado con la compañía y qué nos están facturando.

8. Consorcio Extremeño de Información al Consumidor



Con la puesta en funcionamiento del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor en el año 2006, arranca una nueva apuesta por parte del Instituto de Consumo de Extremadura y las Mancomunidades de Municipios por acercar a la población extremeña los servicios y recursos que la administración autonómica dispone en materia de consumo intentándolos reunificar con la máxima eficiencia.

Desde el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor se apuesta por una intervención dirigida a facilitar el acceso a todos los sectores de la población extremeña a los recursos que las administraciones desarrollasen materia de consumo, así como fomentar un consumo responsable, racional y saludable a través de las líneas de Formación e Información y Atención directa al Consumidor.

En una situación geográfica como la de nuestra región, con casi un 60% de los municipios con menos de 2.000 habitantes, el servicio de consumo que se presta por este organismo, no sería posible en muchos de estos municipios al no poder disponer del mismo por sí solos.

Es por esto, que este proyecto apuesta por una intervención global destinada a fomentar la información y participación ciudadana en materia de consumo, de los distintos sectores de la población extremeña, con especial consideración

hacia los colectivos más vulnerables, destacando entre sus principales funciones la de formar e informar a la población en general sobre sus derechos y deberes como consumidores, atendiendo y tramitando consultas, quejas y reclamaciones así como, sensibilizar y potenciar la participación ciudadana hacia un cambio de actitudes en pro de un consumo responsable, racional y saludable a través de talleres educativos, charlas informativas, difusión de campañas, etc.

Teniendo en cuenta la rápida evolución de los hábitos de consumo en la actualidad y de cara al futuro, tenemos presente reforzar nuestro trabajo hacia el comercio electrónico dada su fácil accesibilidad y que con un simple “click” podemos estar generando una relación comercial con cualquier parte del mundo. De igual forma, debemos estudiar otras nuevas formas de consumo a través de plataformas digitales como el colaborativo, para así dar una mayor información y seguridad jurídica a los consumidores extremeños.

Así mismo, nuestras oficinas suponen un recurso administrativo para los empresarios extremeños, facilitándoles la tramitación y entrega de hojas de reclamaciones e informándoles de sus obligaciones, estableciéndose así un vínculo a tres entre administración, consumidor y empresario. Hemos crecido paulatinamente con la incorporación de nuevas mancomunidades y la puesta en marcha de nuevas oficinas de consumo denominadas “Centros Mancomunados de Consumo”. Hoy en día, ya contamos con una red de veintisiete oficinas repartidas por todo el territorio extremeño más su gerencia sita en Mérida. Probablemente alguna de ellas esté muy cerca de usted, habiéndonos convertido en un servicio muy cercano y de referencia en toda la región.



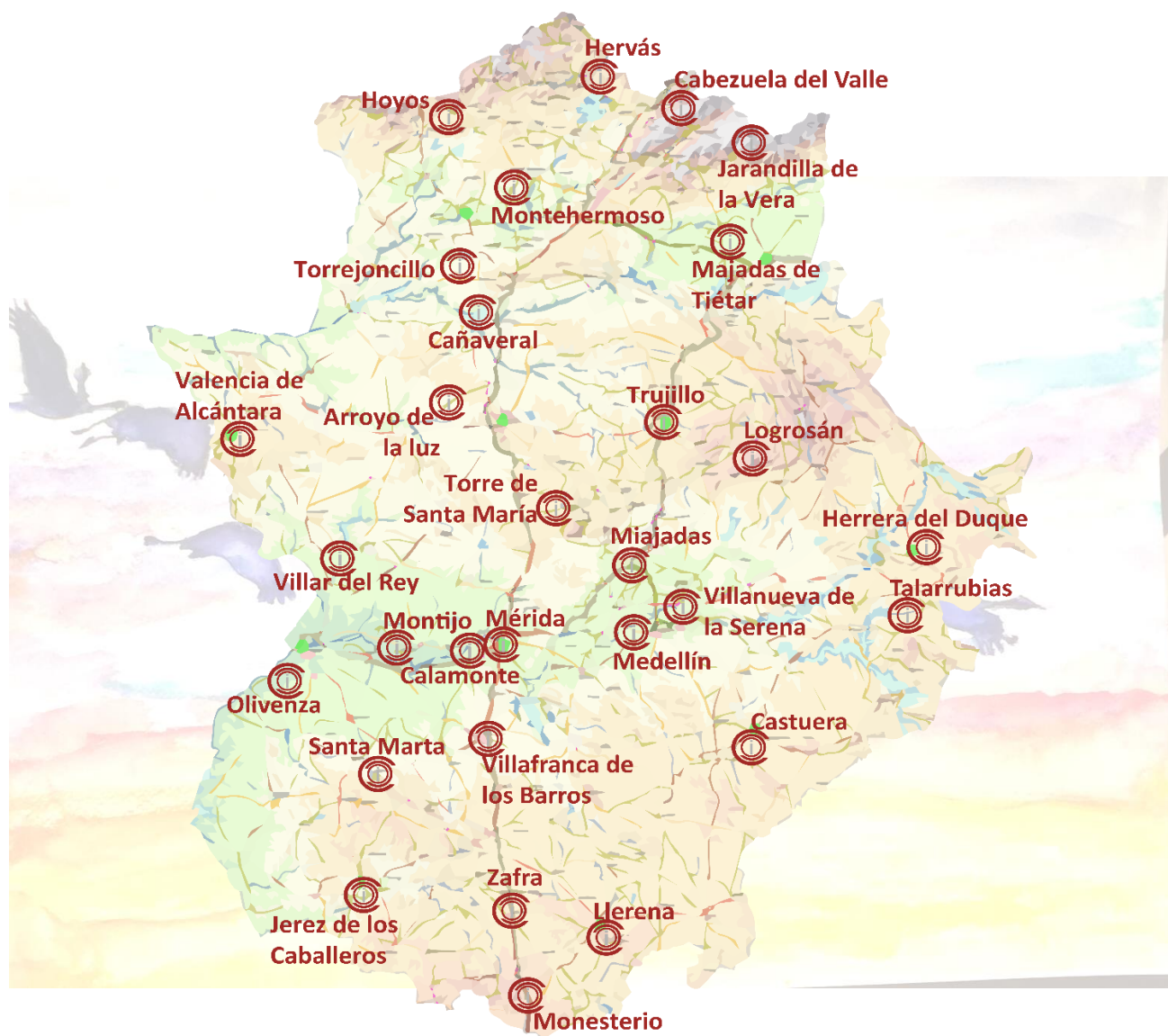
BOLETIN DE
INFORMACIÓN AL
CONSUMIDOR



GUÍA SOBRE CONSUMO
PARA PERSONAS
MAYORES



GUÍA DE SEGURIDAD DE
JUEGOS Y VIDEOJUEGOS



Seguiremos trabajando con la misma ilusión y compromiso de siempre, para ofrecer a los consumidores extremeños el mejor servicio posible.

Cada vez más atención



Los Centros Mancomunados de Consumo, están ubicados de manera estratégica por la geografía extremeña, siendo para los consumidores, un mecanismo de mediación ágil, eficaz y cercano en la resolución de conflictos propios de la sociedad de consumo en la que vivimos. Entre las principales funciones del Consorcio destacan la de informar a la población en general sobre sus derechos y deberes como consumidores, atendiendo y tramitando sus consultas, quejas o reclamaciones en materia de consumo.

Cada vez más formación



El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor a través de los Centros Mancomunados de Consumo, educa y forma a todos los consumidores en general, ya sean niños, jóvenes o adultos, sensibilizando y potenciando la participación ciudadana hacia un cambio de actitudes en un consumo responsable, a través de talleres educativos, charlas informativas, difusión de campañas, etc..., sobre temas de interés o actualidad en materia de consumo y en base a las necesidades de cada colectivo; formando así consumidores críticos, libres y conscientes.

Cada vez más información



Otra vertiente del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, es orientar e informar a los consumidores y usuarios en materia de consumo desde los distintos medios de comunicación, diseñando campañas informativas sobre productos y servicios para un ejercicio óptimo de sus derechos, deberes..., reforzando así su atención al consumidor en periodos con mayor incidencia consumista, como pueden ser las rebajas, inicio del curso escolar, compras navideñas, regalos de reyes... evitando de esta manera un consumo impulsivo e irracional durante estas fechas.

Además se edita material divulgativo sobre temas de interés y actualidad en materia de consumo.

→ Contacta con Nosotros

consultas.incoex@salud-juntaex.es

→ Síguenos en las redes

<https://www.facebook.com/consorcioextremenoconsumo>





GUÍA Jóvenes por un Consumo Responsable



Instituto de Consumo
de Extremadura

JUNTA DE EXTREMADURA



Consorcio Extremeño de
Información al Consumidor