

Cada vez son máis os cidadáns sensibilizados ante os problemas que sofre o medio ambiente natural. Isto fixo posible que moitos de nós reclamásemos, por exemplo, a elaboración de produtos que non perxudiquen nin á saúde dos usuarios nin o medio. Esta dinámica é aproveitada polas industrias que comencan a ofrecer produtos que respondan a esta demanda.

Educar para o consumo

□ *O obxectivo é facer frente a publicidade "verde" que ofrecen as industrias*

Coa demanda e as producións industriais correspondentes, vai adquirindo cada vez unha presenza máis notoria a publicidade verde, que se orienta en dúas liñas:

- A promoción de produtos ecolóxicos que tentan de nos convencer do seu impacto nulo sobre o medio, ou ben de que causen menos perxuízos que os produtos normais.
- A mellora da imaxe ecoloxista das empresas, que nos venden, non produtos, senon a propia imaxe de protectoras do medio ambiente.

As empresas de publicidade pronto se deron conta de que engadir a un produto a palabra máxica ecolóxico fai que o comprador se sinta persoa responsable, en vez dun consumista inconsciente. O mesmo tempo, viron a posibilidade de converter o industrial nun servicial benefactor da humanidade, lonxe da súa negra imaxe de explotador contaminante.

Se ben o consumo dos produtos verdes ten como positivo que pode disminuir o impacto ambiental e mellorar a saúde dos habitantes do planeta, a publicidade destes produtos ecolóxicos resalta os aspectos inocuos, pero oculta sistemáticamente as súas consecuencias negativas para o medio, e non fai máis que fomentar o estilo de vida consumista, da sociedade do despilfarro, a costa de esgotar recursos e de producir grandes masas de residuos contaminantes.

Ademais, o consumidor non intervéñe nin controla ningunha das fases que van dende o deseño ata a comercialización dos produtos ou da imaxe "verde". Non existe un control rigoroso sobre os pretendidos beneficios para o medio ambiente que pregona a publicidade verde, e, en moitos casos, estamos ante unha publicidade enganosa. Como xa se ten exposto, debería existir algún prgaismo, con ampla representación de asociacións ecoloxistas e de consumidores, que analizarán viaxaran e sancionarán o uso abusivo de produto "verde".

O consumidor

Non debemos facer descalificacións absolutas e xenéricas da publicidade verde, pero debemos ter en conta:

- A publicidade pretende vender; o seu obxectivo non é defender o medio, nin despertar a conciencia ecolóxica nin o espírito crítico.

ciencia ecolóxica nin o espírito crítico.

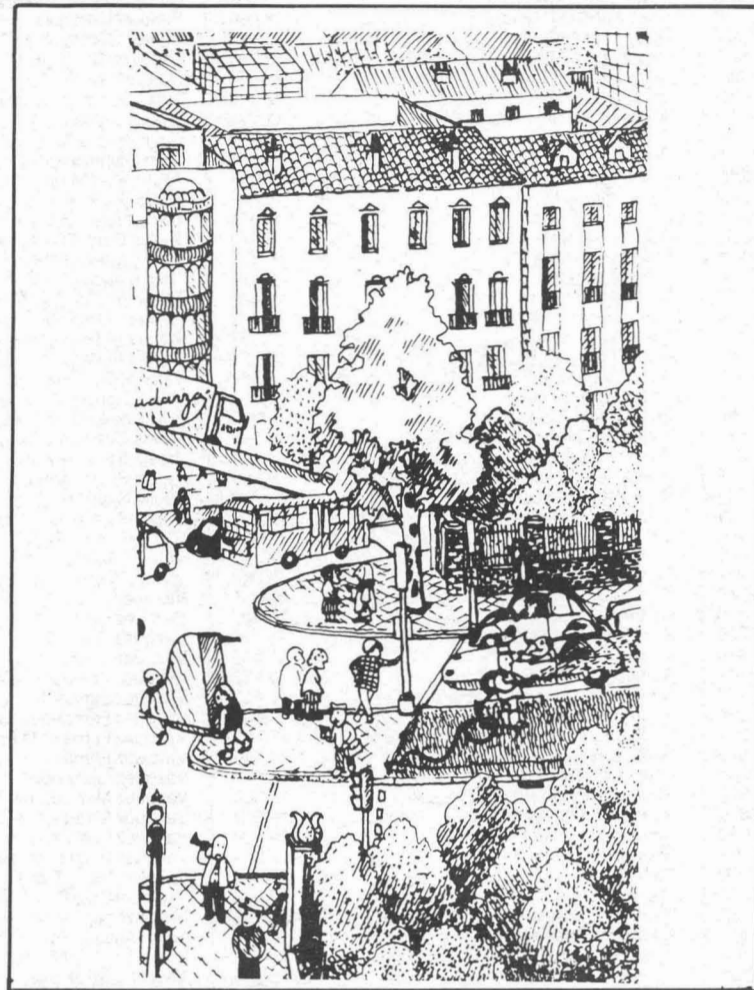
- A publicidade vai resaltar os aspectos beneficiosos dun produto, pero nunca expoñerá os defectos negativos que produce.
- Calquer tipo de publicidade fomenta esaxeradamente o consumo, e iso nunca vai a ser positivo para o medio ambiente.

● Temos que a facernos a analizar as vantaxes e inconvenientes dos artigos ofertados, preguntándonos se son realmente necesarios.

● A argumentación ecolóxica de moitos anuncios non está probada, tampouco nos indica se, cando se elimina o uso dun produto por nocivo, o seu substituto é inocuo.

● A publicidade impresa "per se" perxudica o medio ambiente, está claro que a súa limitación reducirá o consumo de papel, árbores, enerxía e produción de lixo.

Para que un produto sexa considerado "verde", non debe ter efectos negativos en todo o



Vivimos, consumimos, contaminamos.

seu ciclo vital. No seu sistema de produción e comercialización non se debe producir contaminación, diminución perigosa de fontes enerxéticas e materias primas, nin debe atentar contra as persoas que traballan nestes procesos. Tampouco o produto xa elaborado debe perxudicar a saúde do consumidor. Por último,

na fase residual, hai que reducir o máximo o empaquetado e evitar que os residuos que xeren os produtos sexan contaminantes.

Ante a falla de información e, incluso, ante a publicidade enganosa, as unións de consumidores denunciaron o vacío legal que existe á hora de que un produto poida ser considerado ou non



Esta claro que ningún coche pode ser ecolóxico.

verde. Esixiron, en primeiro lugar, a implantación dunha etiqueta oficial para contrarrestar o abuso da calificación de produto ecolóxico; en segundo lugar, solicitaron a creación dunha comisión que examine se un produto ten dereito a ostentar a etiqueta de verde, analizando o impacto ambiental da súa produción, co-

A escola debe ofrecer información para formar usuarios responsabeis

A publicidade impresa "per se" perxudica o medio ambiente

mercialización, consumo e eliminación dos residuos xenerados.

A escola ten que ser sensible ante esta realidade, ofrecendo ós estudantes a formación necesaria que lles permita ser consumidores e usuarios responsables e críticos.

O obxectivo básico debe ser que os estudantes sexan conscientes de que o incremento da calidade de vida leva asociado un aumento de consumo, pero isto, á súa vez, pode xerar problemas ambientais que, a longo prazo, van afectar negativamente á calidade de vida, incluso a escala planetaria.

A institución escolar debe provocar nos estudantes e no resto da comunidade educativa novos valores, actitudes e comportamentos ecolóxicos, partindo de ámbitos individuais, pasando polos comunitarios e remantando no ámbito planetario. Estas propostas educativas deben concretarse, alomenos, en dous eixos básicos: a racionalización e os cambios nos hábitos de consumo, e a reutilización e reciclado dos residuos xerados.

A análise da publicidade verde, dende o ámbito escolar, é unha proposta integrada na educación ambiental, valiosa, entre outros aspectos, porque vai a permitir desentrañar mensaxes aínda máis ocultas que na publicidade internacional. As actividades para traballar neste tema son moi variadas: entre outras, realización, por parte dos estudantes e do docente, dun arquivo de anuncios, sobre todo impresos, que empreguen a defensa do medio como reclamo publicitario; explicitación das mensaxes que perciben os estudantes a través dunha selección destes anuncios; documentación complementaria acerca dos temas que se tratan na publicidade; investigación das mensaxes ocultas que trasmiten; e elaboración de anuncios alternativos, realizados dende a perspectiva ecolóxica.

GRUPO GAIA: Carmen Cid, Pedro Membela, Emilia Nogueiras, M^a Xosé Camba, Pilar Latorre, Mercedes Suárez.

A publicidade verde a exame

□ O longo da vida consumimos gran cantidade de produtos, moitos deles innecesarios, que producen niveis de contaminación altamente preocupantes para o home

Compre que no curriculum escolar incluíamos actividades que favorezcan:

- A toma de conciencia do grave deterioro que está a sofrer o medio ambiente.
- O coñecemento dos mecanismos básicos de funcionamento do medio natural e, no seu caso, do social, pois a educación ambiental céntrase no estudo do medio como unha entidade global, chea de interrelacións.
- A adquisición dunha actitude conservacionista ante o entorno, novamente entendido como unha unidade.
- A participación activa na recuperación do medio e, en termos xerais, a conquista dun novo xeito de vida.

Tendo en conta o último obxectivo sinalado, vemos a necesidade de incorporar, dentro da panorámica da educación ambiental, a educación do consumidor, escasamente atendida na actualidade, aínda cando na nova reforma educativa é considerada como un tema "transversal", que debe ser incorporado en diversas áreas curriculares.

Nos centros aducativos ensinamos integrais, complicados problemas de moveis, sofisticadas clasificacións de plantas e animais..., que na maioría dos casos non imos utilizar nunca. Sen embargo, para algo que facemos de cotío, como é consumir, non temos formación algunha.

O longo da nosa vida, consumimos unha grande cantidade de produtos, moitos deles innecesarios, que ademais de esgotar as materias primas e as fontes enerxéticas, producen niveis de contaminación preocupantes. Este tóxico despilfarro debe atallarse non só con medidas administrativas, senón tamén mediante a "responsabilidade individual". Só gracias as presións sociais colectivas e ás modificacións dos hábitos de conducta poderemos dar solucións a problemas que nen os políticos, nen o mundo das empresas están dispostos a solucionar voluntariamente.

Gracias á presión de moitos consumidores conscientes logrouse diminuír a produción e comercialización dos "sprays", que conteñen propelentes perxudiciais para a capa de ozono, e a eliminación dos fosfatos dos deterxentes. Esta loita aínda non rematou.

Os estudantes, e todos nós, debemos ser conscientes de que o incremento da calidade de vida leva asociado un aumento de consumo e isto, a súa vez, crea problemas ambientais que a longo prazo van afectar negativamente á calidade de vida.

Análise da publicidade

Nesta liña, e interesante promover nos estudantes actitudes e comportamentos responsábeis ante o consumo, en xeral, e ante o consumo de produtos denominados "verdes", en particular. A análise da publicidade ecolóxica é unha actividade que axuda a cubrir eses obxetivos.

Hoxe en día utilízase como reclamo publicitario o termo ecolóxico, para as pilas que conteñen menor ou nula cantidade de mercurio, para os coches que empregan galosiña sen chumbo, para



A casa Pepsi lanzou o mercado un novo añel ecolóxico.

os embases feitos de cartón ou vidro, para os deterxentes sen fosfatos,....

Incluso as empresas "lavan" a súa imaxe recordando que fan campañas a prol do ambiente. Así, por exemplo, as Celulosas de Pontevedra, industria altamente contaminante afirma nun anuncio publicitario: "Hoxe loitamos por poñer a nosa empresa a nivel europeo e sitúala na cabeza da defensa medioambiental". Nesta propaganda omiten que falar de celulosas é falar de augas negras ou espumosas, de cheiros nauseabundos e gases tóxicos, por no falar tamén das repoboacións masivas de piñeiros e eucaliptos.

Ou o caso do Banco de San-

tander, que estableceu un acordo de colaboración con Adena WWF, que na súa publicidade manifesta: "Tres boas razóns para colaborar coa natureza, a conta corrente remunerada, a tarxeta visa e a conta de aforro infantil". Na mesma liña está a empresa Bayer que, a pesar do reclamo de "eficacia responsable", é pioneira na industria das armas químicas e de insecticidas.

A necesidade dunha nova imaxe empresarial vese na existencia dun novo "Marketing Ecolóxico", como o celebrado en Madrid en maio de 1990 baixo o título "Nos mercados, produtos e servicios ambientais. Estratexia empresarial e actitude de compra dos

consumidores".

A mensaxe real desta publicidade é que podemos continuar consumindo al mesmo ritmo que hoxe, sen perxudicar o medio ambiente, máis, a menos que reduzámos a noso consumo, de pouco servirá que percuremos produtos ecolóxicos.

A casa Pepsi lanzou o mercado o novo añel ecolóxico, que, o abrir a lata, permanece unido o embase; deste xeito di o anuncio "saliredes ganando ti e o medio ambiente". O que omite a publicidade e que das 380 toneladas de follalata que tiran os españois ó lixo cada ano, o 18% corresponden a latas de refrescos. Pasa a súa fabricación impórtase 3.700

Hoxe en día utilízase como reclamo publicitario o termo "ecolóxico"

A mensaxe é que podemos seguir consumindo sen perxudicar ó medio

toneladas que tamén irán ós vertederos. Todo ese desperdicio de materias primas e enerxía poderían evitarse se a xente decidira deixar de usar bebidas envasadas en lata, máis contaminantes que o nevaso de cartón ou vidro.

Nun estudio do departamento de Ecoloxía da Universidade de Barcelona afirmase que o 70% dos encoros españois están en proceso de eutrofización, un problema medio ambiental menos coñecido pero tan grave como o deterioro da capa de ozono. A eutrofización supón unha sobre-fertilización que incrementa a presenza das algas, coa conseguinte diminución de osíxeno nas augas, rachando así o imprescindible equilibrio ecolóxico. Unha causa importante deste fenómeno é o fosfato presente nos deterxentes.

Dende 1987, comézase en España a comercialización de deterxentes sen ou con menor cantidade de fosfatos que, a pesar de ser menos nocivos co ambiente, seguen a ser contaminantes, pois requiren máis cantidade de tensoactivos nas súas fórmulas para lavar "máis branco". En contra da publicidade, non existe ningún deterxente ecolóxico. Se ben a redución de dosfatos é algo positivo, as solucións deben ir polo seu uso controlado e racional.

A industria de automóbil, temén está tratando de adaptarse ós tempos que corren. Ademais da loita comercial e tecnolóxica que mantén, agora persigue insistentemente o logro dun sono dourado, o "coche ecolóxico". Pero ¿é isto posible? ¿un coche poder ser verde?

A supervivencia da industria do automóbil depende de conseguir un coche cada vez máis limpo co medio ambiente, pero ¿de isto, a conseguir un coche ecolóxico!

O uso da gasolina sen chumbo e o catalizador parecen resolver parte dos problemas. Pero de momento o catalizador fai que os coches sexan máis caros e ademais este dispositivo non é infalible, pois en cidade e en recorridos curtos, a súa eficacia é pequena, dado que non sempre se consiguen as temperaturas de funcionamento.

Por outro lado, o coche é unha máquina que derrocha unha grande cantidade de enerxía pois un bo motor só aproveita un 30% da enerxía que produce o combustible, o resto pérdese.

¿E o aceite dos automóviles? Aínda que este pode e debe reciclarse, moitos talleres desfanse del tirando ó alcantarillado, ríos próximos, etc... polo que o problema céntrase basicamente en establecer unha boa rede para a recollida de aceite usado nos talleres. Aínda que existe unha normativa moi estricte o respecto, o seu cumprimento deixa moito que desexar.

BIBLIOGRAFIA

Libros de consulta

- Crespo Marco, V. 1991: "La publicidad como estrategia". Cuadernos de Pedagogía 192.
- De Prado, D. (Ed) 1988: "La publicidad en las aulas". Santiago. Editorial Universidad de Santiago e Xunta de Galicia.
- Del Río, P. 1986: "Publicidad y consumo: hacia un modelo educativo". Infancia y Aprendizaje.
- Eroski 1989: "La educación del consumidor en la escuela". Tercera Edición. Madrid. Instituto Nacional de Consumo.
- Furones, M.A. 1980: "El mundo de la publicidad". Barcelona. Editorial Salvat.
- Integral. 1989; "Los capitalistas verdes. La ecología, nuevo negocio para los industriales". Integral.



O futuro da Orientación Educativa na reforma trátase en tres importantes documentos do MEC: o "Proyecto para la Reforma de la Enseñanza" o "Libro Blanco para la Reforma del Sistema educativo e finalmente no documento "La orientación educativa y la Intervención Psicopedagógica". No primeiro documento contemplase a orientación como un dereito dos estudantes que debe concretarse nun conxunto de servizos e actividades dentro do sistema educativo.



A orientación educativa na reforma

□ JOSE-PEDRO MORAIS GALLEGO

No "Libro Blanco" sinálanse as funcións da titoría, do departamento de orientación e dos equipos de sector. No último dos documentos preséntase ademais un apartado adicado as medidas de expansión e organización do sistema da Orientación.

En conexión coa Reforma a MEC pretende o desenvolvemento dunha estrutura e organización funcional, onde se admita o carácter especializado da función orientadora dentro da profesión docente e onde se recoñezan as titulacións necesarias para o desenvolvemento da mesma. Asemesmo, na proposta prevese como principio a implantación e xeralización da Orientación dun modo progresivo a partir dos actuais profesionais cualificados e coa incorporación de novas promocións de titulados especializados. A proposta do MEC é a seguinte:

- Creación da especialidade de Psicopedagogía no corpo de profesores que impartirá Educación Secundaria.

- Os profesionais que reúnan as condicións para incorporarse a nova especialidade, o Mec facilitaralles o acceso á mesma no contexto da lexislación correspondente. Os que xa traballen nas funcións orientadoras e non se incorporen á devandita especialidade mediante os procedementos correspondentes, respetaráselle os dereitos adquiridos; permanecendo indefinidamente na súa situación actual, posto e funcións os membros dos Equipos Psicopedagóxicos e outros profesionais contratados en Equipos Multiprofesionais, de Atención Temperada,....

- A especialidade de Psicopedagogía constará de postos de traballo en Equipos Psicopedagóxicos de distrito escolar e máis en Centros de Educación Secundaria.

- O réxime de traballo dos membros desta especialidade adaptaranse ás características propias a desenvolver e non serán especificamente docentes.

- A provisión das prazas efectuarase mediante concurso-oposición libre en parte de las e na outra nun turno restrinxido de promoción a través das probas que se establezcan. Esta segundo turno de prazas efectuarase



O MEC prevé a realización dos necesarios programas de formación.

en proporción equilibrada entre os actuais membros dos Equipos Psicopedagóxicos mediante as mesmas condicións e probas que permitan os profesores de EXB licenciados ou acceso ó Corpo de Profesores de Secundaria, e ós actuais licenciados en Psicología ou Pedagogía contratados nos equipos multiprofesionais e

nos IOEP, a través das probas correspondentes de acceso o funcionariado.

O concurso efectuarase ademais entre os profesores de EXB licenciados en Psicología ou Pedagogía por medio das probas que permitan os profesores de EXB licenciados ou seu acceso o Corpo de Profesores de Secun-

daria, e os actuais profesores de EEMM, licenciados en Pedagogía ou Psicología, a través das probas que se establezcan para o seu acceso a unha especialidade diferente á de orixe (MEC, 1990).

O MEC prevé a realización dos necesarios programas de formación continua para que os que se incorporen á especialidade reseñada poidan completar e perfeccionar a súa formación en materia de Orientación Educativa, e intervención psicopedagóxica.

Aspectos positivos

A proposta presenta certamente aspectos positivos con respecto a situación actual, tales como a súa organización mesma, a estabilidade profesional nos postos de traballo, a existencia explícita de titulacións superiores, a provisión de formación continuada, etc... (Sobrado, 1990).

No obstante, existen algúns interrogantes nesta proposta tales como:

—O mesmo carácter da especialidade que, non sendo primordialmente docente, intégrase dentro do Corpo de Profesores de Ensino Secundario que prevé a LOXSE.

—Os departamentos de Orientación dos Centros de Ensinanza Infantil e Primaria quedan fora da actuación dos especialistas de Psicopedagogía.

A especialidade de Psicopedagogía aínda non está vixente nos plans de estudos universitarios e estrictamente soamente poderán desempeñala os titulados en Pedagogía e Psicología, sendo difícil que os programas de formación permanente previstos poidan subsanar unha formación equilibrada en ambas titulacións nun corto prazo de tempo (Sobrado, ib).

Finalmente, o non integrarse esta proposta na LOXSE as Comunidades Autónomas con competencias plenas en materia educativa poderán implantar modelos distintos da especialidade de Orientación Educativa, perdéndose unha excelente oportunidade para arbitrar un esquema xeral de organización da Orientación a nivel de Estado, o que levaría a unha consolidación definitiva deste servizo no sistema educativo.

□ PARA SABER MAIS

- AA.VV. (1985): "Tutorías. Qué son que hacen, cómo funcionan. Experiencias pedagógicas". Madrid. Editorial Popular.

- AA.VV. (1989): "La inserción profesional y social de los jóvenes. Los itinerarios de transición entre los 14 y los 25 años". Barcelona.

- Alvarez, V et al. (1990): "Metodología de la orientación educativa" Sevilla. Alfar.

- Alvarez Pérez, P et al. (1990): "Modelo de orientación vocacional para el desarrollo integral del deficiente". Quirriculum.

- Blocher, D.H. e Biggs, D.A. (1986): "La Psicología del counseling en medios comunitarios". Barcelona. Helder.

- Castaño, C. (1983): "Psicología y orientación vocacional". Madrid. Marova.

- Escudero, J.M. (1988): "Orientación y cambio educativo" Actas III Jornadas de Orientación Educativa: la orientación ante las dificultades de aprendizaje". ICE de la Universidad de Valencia.

- Gordillo, M.V. (1988): "Manual de orientación educativa". Madrid. Alianza Universidad.

- Iturbe, T. e de Nardo, A. R. (1981): "Orientación educativa del niño". Madrid. Narcea.
- Martorell Mas, M, e Amengual Ferrer: "Orientación y tutorías". Cuadernos de Pedagogía.

- Rivas Martínez, F (1988): "Psicología vocacional: enfoques del asesoramiento". Madrid. Morata.

- Rodríguez Moreno, M.L. et al. (1986): "Orientación profesional y acción tutorial en las enseñanzas medias". Madrid. Narcea.

- Rodríguez Moreno, M.L.: "Orientación educativa". Barcelona.

- Santana Vega, L.E. (1990): "El dilema del marco teórico en orientación." Quirriculum.

- Tolbert, E.L. (1981): "Técnicas de asesoramiento en orientación profesional". Barcelona. Oikos-Tau.

- Zabalza, M.A. (1984): "Un modelo de orientación plenamente integrado en el proceso didáctico". Educadores.

MERCEDES SUAREZ PAZOS



□ BIBLIOGRAFIA

Libros de consulta

- Fernández Barroso, A.: "Reforma del sistema educativo y orientación". Papeles del Psicólogo. Madrid 1989.

- Ministerio de Educación y Ciencia: "Proyecto para la reforma de la enseñanza. Propuesta para debate". Madrid.

- Ministerio de Educación y Ciencia: "Libro Blanco para la Reforma del Sistema Educativo". Servicio de Publicaciones.

- Ministerio de Educación y Ciencia: "La Orientación Educativa y la intervención psicopedagógica". Servicio de Publicaciones. Documento Policopiado. Madrid.

- Sobrado Fernández, L.: "Intervención psicopedagógica y orientación educativa". Barcelona 1990.

NOVAS

Divulgación do patrimonio

Unha vez rematado o proxecto de estudo das parroquias do Concello de Nogueira de Ramuín, no que se catalogou o patrimonio artístico e cultural, a Escola Taller Braña comenzou, como continuación práctica, a divulgación de este patrimonio. Con este fin común desenrólanse dúas actividades:

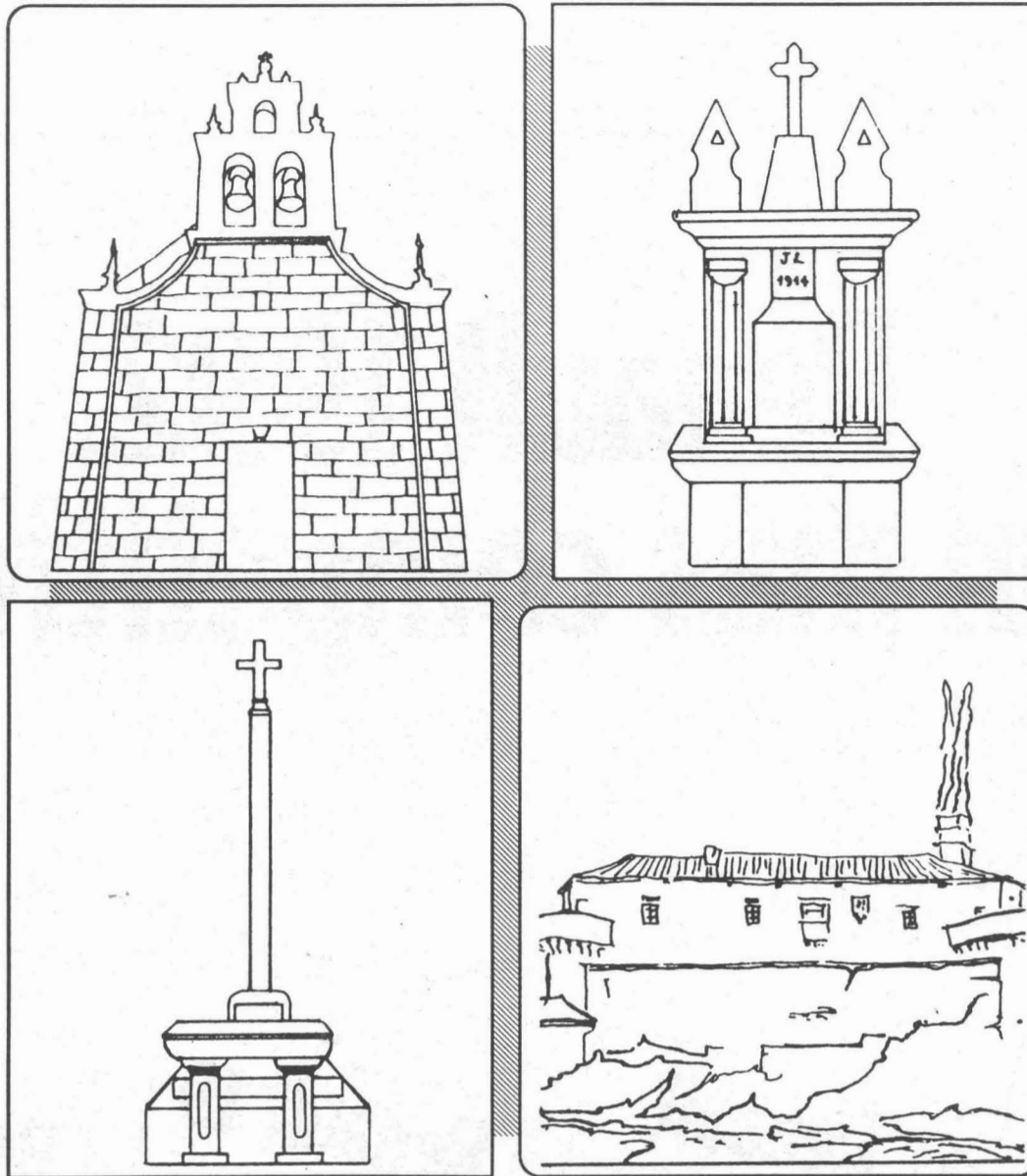
1).—Deseño, confección e distribución de folletos sobre o patrimonio máis interesante.

2).—Deseño, confección e instalación de paneis informativos correspondentes.

Un dos resultados da primeira liña de actuación é este pequeno folleto editado co obxectivo de dar a coñecer o patrimonio de este importante Concello da Ribeira Sagrada, para que poida ser valorado e respetado como corresponde, no convencemento de que un pobo que non sabe conservar a súa memoria histórica perde a súa identidade tanto cultural como social.

Xornadas de Educación para a paz

Dos días 17 ao 21 do próximo mes de febreiro está previsto a celebración en Ourense das Xornadas de Educación para a Paz, organizadas polo movemento de renovación pedagóxica Nova Escola Galega.



Portada da publicación "Divulgación do patrimonio", Concello de Nogueira de Ramuín.

 LIBROS

"A teima de Xan"

ROSA LUENGO

Non hai nada peor para un libro que a súa delimitación en idades proposta polas editoriais.

As obras literarias non teñen idade e aínda que tan só sexa unha orientación, a verdade é que a catalogación fai que o público adulto non se achegue a ditas obras. ¡Eles o perden...!

Coa morte do tío Camilo, o "Peixoto", iníciase o último libro de narrativa de Antonio García Teijeiro. Este feito levará ó seu protagonista Xan, profesor de Lingua e Literatura, a retroceder cara o pasado axudado polo seu vello diario.

A lectura dos seus cuadernos servirá de fío condutor desta entrañábel historia, narrada en dous rexistros temporais, na que iremos vendo medrar ó neno Xan (e quen sabe, quizais, tamén a nós mesmos).

O diario dá comenzo cun Xan Facal Simóns de 13 anos de idade que descubríransenos cómo este pequeno rapaz, xa tan novo, vaise exponendo certas cuestións de índole social e persoal: a solidariedade, determinada "paz" publicitada polo sistema e ratificada no seo familiar...

Amizade

O descubrimento da amizade, a comprensión de todo aquilo que, nun momento da súa vida se plantexara sen atopar as claves que lle

axudaran a ordenar o seu "puzzle" interior, móstranos a un Xan xove e inquedo que se sente inmerso nunha cultura diferenciada pero descoñecida por el e ignorada polos outros: a galega.

Serán persoas adultas, alleas ó seu núcleo familiar, as que mostren a Xan a luz precisa para organizar e comprender a súa vida: Armando, profesor atípico, e sobre todo: o tío Camilo.

Reacción do lector

Son moitas as reacción que no lector provoca a lectura do relato: comprensión; identificación, emoción, desacougo... esperanza. O lector non pode ficar fóra, cómodamente sentado a pasar as follas sen tomar partido, vivindo e sentindo a medida que se sumerxe na historia. Historia chea de lirismo e poesía...

E é que Xan ten moito de Antonio ou Antonio moito de Xan. Tal como o seu personaxe, Antonio é persoa que cultiva a amizade: "eu son amigo dos seus amigos" gusta de dicir e de compartir todo aquilo co que el é feliz: a poesía e a música. E dos seus amores están cheas as páxinas deste fermoso libro.

"A teima de Xan": autor: Antonio García Teijeiro. Ilustracións: Pepe Carreiro. Col. Sotelo Blanco infantil e xuvenil. Editorial: Sotelo Blanco. Santiago 1991.



Problemas en Galinfancia

Durante as festas do Nadal celebrouse en Vilagarcía a feira-exposición Galinfancia, dirixida ao público infantil e xuvenil. Os colectivos "Xevale" e a "Cooperativa de Educación Ambiental CEM" de A Coruña abandonaron dita mostra debido ao alto contido militarista e bélico.

Concurso de Guións de Videos Didácticos

A Asociación Socio-Pedagóxica Galega convoca o I Concurso de Guións de Videos Didácticos de acordo coas seguintes bases: Os guións serán presentados coas indicacións literarias e técnicas pertinentes. A súa duración non poderá exceder dos 30 minutos. Só serán admitidos a concurso os guións presentados en lingua galega. Os concursantes poderán presentar os traballos ata o 30 de marzo de 1992 na sede social da AS-PG, r/Laracha, 9, entrechán. 15010. A Coruña.

Educación Ambiental

Os días 25, 26 e 27 de xuño de 1992 terán lugar en Santiago as Xornadas Galegas de Educación Ambiental, dirixido ao profesorado de EXB e de EEMM. As inscricións deberán ser enviadas a Equipo de Educación Ambiental. r/Villaldia 33-35, 15706-Santiago.

 TIRA

1992, o ano dos sexenios

Non podía empezar peor para o ensino público non universitario ou tan desexado por algúns 1992. O motivo é a implantación eiquí en Galicia do novo concepto retributivo: Os Sexenios. Despois de oito meses de conflito coa Consellería de Educación vai rematar cun éxito para a Administración conseguindo os seus obxectivos: non equipararnos co funcionarios da administración pública e dividírnos.

Eiquí non se pode esquecer do labor desenrolado por algúns sindicatos. Gracias a este labor e aos egoísmos persoais teremos a maior división e insolidariedade entre o profesorado.

A.FERNANDEZ PEREIRA

Elaborado por:

Nova Escola Galega

Coordenan este número:

Pedro Membiela Iglesias
Antonio Fernández Pereira
Mercedes Suárez Pazos

Humor:

Xoan Manuel Andrade.

A dixitalización destes documentos foi posible grazas á axuda concedida a Nova escola Galega da Secretaría Xeral de Modernización e Innovación Tecnolóxica (Consellería de Industria - Xunta de Galicia), do Ministerio de Industria, Turismo e Comercio, así como do Plan Avanza e do Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER), ao abeiro da *Orde do 31 de decembro de 2008 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións destinadas a entidades de dereito público e privado, sen ánimo de lucro, para impulsar a realización de actuacións de difusión e formación relacionadas especificamente co desenvolvemento e implantación da sociedade da información na Comunidade Autónoma de Galicia, no marco do Plan Estratégico Galego da Sociedade da Información e o Plan Avanza, e se procede á súa convocatoria para 2009 (código procedemento IN521C)*

As publicacións están dispoñibles baixo unha licenza Recoñecemento-Non comercial-Compartir baixo a mesma licenza 3.0 España de Creative Commons que reza:

Vostede é libre de:

- Copiar, distribuír, exhibir e executar a obra.
- Facer obras derivadas.

Baixo as seguintes condicións:

- Vostede debe atribuír a obra na forma especificada polo autor ou o licenciante. Isto quere dicir que tanto os textos como as imaxes da Web poden ser utilizados por calquera, sempre que se cite a súa orixe, sempre que non se obteña un beneficio económico directo ou indirecto dese uso, e sempre que se inclúa no produto resultante a mesma licenza CC-NEG.

