

Propuesta de **retos temáticos** para desarrollar tus proyectos



PRESENTACIÓN

Este documento propone **7 retos temáticos** relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para motivar a tu alumnado a identificar una causa que les mueva y poder desarrollar e idear sus proyectos para The Challenge '24.

Cada reto está planteado por una persona experta en la temática y se presenta mediante un **vídeo motivacional**. Para abordar la temática se propone una **pregunta esencial** que define el reto, una **descripción** para contextualizarlo y abordar cuál es la **situación actual**, y unas **preguntas guía** para que tu alumnado reflexione y explore la situación. Además, se facilita **contenido y recursos** para profundizar en el tema.

Más allá de estas siete propuestas, también podéis **crear vuestro propio reto**, con una plantilla que encontraréis en la parte final del documento, la cual os servirá de guía para definir los aspectos clave.

Una vez encontrada la causa, podéis desarrollar los proyectos mediante un trabajo autónomo en el aula o bien, podéis utilizar la nueva Plataforma de retos; una herramienta interactiva que os guiará por diferentes fases hasta desarrollar el proyecto y presentarlo en la convocatoria.

¿Preparados para inspiraros con estos retos?

ÍNDICE

- 1 Una relación sana con nuestro cuerpo. ¿Cómo podemos contribuir a mejorar la salud mental en relación con la autoestima y la imagen corporal para prevenir trastornos alimentarios?**
Marta Carulla Roig
Psiquiatra infanto-juvenil del Hospital Sant Joan de Déu (Unidad de Trastornos de la Conducta Alimentaria)
- 2 Escuelas abiertas a la comunidad. ¿Cómo podemos realizar un servicio social desde la escuela que tenga un impacto positivo en el bienestar de las personas más vulnerables de nuestro entorno?**
Quique Bassat
Pediatra y epidemiólogo. Presidente del consejo Internacional de Colegios del Mundo Unido
- 3 Equidad de género. ¿Cómo podemos promover que nuestro entorno sea más justo y equitativo y avance hacia la construcción de una sociedad sin desigualdades de género?**
Olga Ibarria
Responsable de proyectos de educación para la sostenibilidad de Anthesis Lavola
- 4 Siguiendo las huellas de la inteligencia artificial. ¿Cómo podemos reducir el impacto medioambiental que generamos con nuestro uso cotidiano de las tecnologías basadas en Inteligencia Artificial?**
Ruth S. Contreras
Doctora en Ingeniería Multimedia e investigadora
- 5 De Gambia a tu plato, nuestro pescado devora su pescado. ¿Cómo podemos promover una acuicultura sostenible que no afecte a la fauna marina en libertad?**
Noemí Fuster
Doctora en Microbiología e Investigadora del Instituto de Ciencias del Mar del CSIC
- 6 De un residuo a un producto, menos desecho y más uso. ¿Cómo podemos promover la economía circular en nuestro entorno?**
Iván Monells
Cofundador de Brava Fabrics
- 7 Medios de comunicación y cambio climático: de la eco-ansiedad a la eco-acción. ¿Cómo podemos transformar la preocupación por el medio ambiente en acciones positivas y oportunidades de cambio en nuestro entorno?**
Silvia Collado
Doctora en Psicología Ambiental y docente de la Universidad de Zaragoza
- 8 Definid vuestro propio reto. ¿Cómo podemos formular un reto y generar iniciativas para lograr un impacto positivo en relación con los ODS?**

1

Una relación sana con nuestro cuerpo

*¿Cómo podemos contribuir a
mejorar la salud mental en relación
con la autoestima y la imagen
corporal para prevenir trastornos
alimentarios?*

1

Una relación sana con nuestro cuerpo

¿Cómo podemos contribuir a mejorar la salud mental en relación con la autoestima y la imagen corporal para prevenir trastornos alimentarios?



Descubre el reto de la mano
de Marta Carulla Roig
Psiquiatra infanto-juvenil del Hospital
Sant Joan de Déu (Unidad de Trastornos
de la Conducta Alimentaria)



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

✓ Personas

- ☐ Planeta
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)

3 SALUD
Y BIENESTAR



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos contribuir a mejorar la salud mental de la población joven en relación con su autoestima y su imagen corporal para prevenir trastornos alimentarios?



RETO

Plantea una solución innovadora que contribuya a reducir los factores de riesgo y a mejorar la salud mental de los adolescentes en relación con su autoestima y la prevención de los TCA.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

En los últimos años ha habido un empeoramiento del malestar emocional en infancias y adolescencias. Tanto, que en los hospitales se han duplicado las consultas por problemas de salud mental.

La doctora Marta Carulla Roig, psiquiatra del Hospital Infantil Sant Joan de Déu de Barcelona, nos advierte de un aumento de los trastornos de ansiedad, depresión y trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en niños y adolescentes. Además, los problemas de TCA aparecen en niñas cada vez más jóvenes, desde los 11 años. Pero el TCA, indica la doctora, es la punta de un iceberg muy complejo relacionado con la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen. Por eso, para prevenir estos trastornos es muy importante enfocarse en la base oculta del iceberg.



PRESENTACIÓN

Los profesionales sanitarios creen que es necesario desarrollar acciones para prevenir los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) y en el Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona te piden ayuda para que aportes tu punto de vista como adolescente y tus propuestas innovadoras.

¿Cómo puede influir la presión estética en el desarrollo de esos y otros trastornos? ¿Percibes esa presión estética en tu entorno?

¿Qué son los trastornos de conducta alimentaria y qué factores hay detrás de ellos?

Según la Organización Mundial de la Salud, la mitad de los trastornos mentales se inician antes de los 14 años, siendo la adolescencia el momento de mayor riesgo. En el caso de los trastornos de conducta alimentaria (TCA), suelen comenzar en la adolescencia, pero después de la pandemia, se observa un incremento a edades más tempranas, incluso desde los 11 años.

A menudo, cuando pensamos en trastornos de la conducta alimentaria, lo asociamos a dieta, peso y comida. Pero el TCA es la punta de un iceberg muy complejo relacionado con la autoestima, el autoconcepto y la autoimagen. Los especialistas apuntan que es muy importante enfocarse en la base del iceberg para prevenir los TCA.

¿Cómo afecta en nuestro cerebro el tiempo que pasamos ante las pantallas y cómo puede afectar a nuestra autoestima?

Por ello, consideran necesario desarrollar estrategias de prevención y acciones –ya desde la infancia y preadolescencia– que se enfoquen en reducir el impacto de la presión estética especialmente en niñas y adolescentes y en desarrollar las habilidades de resiliencia (gestión y tolerancia de la frustración).





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- «Intentar caber en unos estándares que no contemplan la diversidad es muy cruel»
- La presión estética puede desencadenar problemas de alimentación
- «La gestión emocional se complica cuando nos relacionamos con miles de personas»
- «La sobreexposición a las pantallas provoca alteraciones en el cerebro»
- El uso de los entornos digitales: preocupaciones y retos
- Las chicas adolescentes presentan más síntomas de depresión que los chicos
- «Si sumamos esfuerzos, seremos más eficaces en la prevención de los TCA»

Videos

- Salud emocional y conducta: el impacto de la pandemia en niños

Otros recursos

- Programa Henka
- Plataforma SOM Salud Mental



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante “Descubrimiento”. Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo lograríamos una estrategia eficaz de tolerancia cero al bullying y cyberbullying?**
- 2 **¿Cómo minimizar el impacto que tienen la publicidad y las redes sociales en la percepción y la satisfacción del propio cuerpo y en la salud mental?**
- 3 **¿Cómo podemos mejorar la gestión de emociones y la tolerancia del malestar (entrenamiento de la resiliencia)? ¿Qué estrategias se os ocurren?**
- 4 **¿Cómo podemos evitar la comparación con otras personas por redes sociales?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible —estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

2

Escuelas abiertas a la comunidad

*¿Cómo podemos realizar un
servicio social desde la escuela que
tenga un impacto positivo en el
bienestar de las personas más
vulnerables de nuestro entorno?*

2

Escuelas abiertas a la comunidad

¿Cómo podemos realizar un servicio social desde la escuela que tenga un impacto positivo en el bienestar de las personas más vulnerables de nuestro entorno?



Descubre el reto de la mano
de Quique Bassat
Pediatra y epidemiólogo.
Presidente del Consejo Internacional
de Colegios del Mundo Unido



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

✓ Personas

- ☐ Planeta
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos realizar un servicio social desde la escuela que tenga un impacto positivo en el bienestar de las personas más vulnerables de nuestro entorno?



RETO

Plantead un proyecto de servicio social innovador que genere un impacto positivo en personas en situación de vulnerabilidad de vuestro entorno, como pueden ser las personas mayores, refugiadas o con alguna discapacidad intelectual.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

A la juventud española se le atribuye escasa participación social y de voluntariado, en comparación con la de otros países. Pero no siempre es así. Desde Colegios del Mundo Unido, el doctor Quique Bassat os plantea este reto para mejorar el bienestar de las personas más vulnerables de vuestro entorno con acciones de servicio social comunitario desde el aula.



PRESENTACIÓN

En todas las épocas, también en la actualidad, nos encontramos con estudios que hablan del bajo compromiso de los jóvenes con el bien común. Pero es necesario que tengan más oportunidades para desarrollar ese compromiso social, por ejemplo, mediante acciones de servicio a la comunidad.

¿En qué consiste el servicio social comunitario?
¿Se desarrolla en tu centro?

La escuela puede ser una buena plataforma de impulso para ello, pues siempre ha jugado un papel determinante a la hora de compensar desajustes sociales que afectan a la juventud.

¿Qué iniciativas existen ya y qué impacto tienen?

Tomamos como referencia a los Colegios del Mundo Unido donde todo el alumnado tiene que desarrollar actividades co-curriculares de servicio comunitario. Trabajan con sus comunidades locales considerando problemas globales y, al hacerlo, ven su responsabilidad y su poder para hacer que algo suceda.

¿Qué necesidades podrían atenderse desde la escuela?
¿A qué colectivos vulnerables podrías apoyar en tu entorno?

¿Y tú? ¿Puedes ayudar, desde el aula, a colectivos en situación de vulnerabilidad de tu comunidad?





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [¿Qué es la discapacidad intelectual?](#)
- [La soledad en las personas mayores](#)
- [La soledad creciente de España: los mayores de 65 que viven solos se disparan en la última década](#)
- [La soledad y los mayores: temer a estar solo al hacerse mayor](#)
- [Inmigración: retos y oportunidades' \(2020\). Observatorio Social Fundación "la Caixa"](#)

Otros recursos

- [Pacto Mundial sobre los refugiados ONU \(2018\)](#)
- [Portal de datos de ACNUR](#)
- [Acogida e integración de personas refugiadas en España](#)
- [Observatorio de la Discapacidad](#)
- [Plena Inclusión](#)
- [Convención internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad \(2008\)](#)
- [Fundación Esment](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante "Descubrimiento". Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo podemos ayudar a las personas mayores que viven solas?**
- 2 **¿Cómo podemos dar mejor acogida a las personas refugiadas y apoyar su integración?**
- 3 **¿Cómo podemos contribuir a una mejor inclusión y bienestar de las personas con discapacidad intelectual o física en nuestro entorno?**
- 4 **¿Puede la tecnología ayudarnos a mejorar el impacto de nuestra intervención? ¿Cómo podemos hacer que sea eficiente y sostenible en el tiempo?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible —estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

3

Equidad de género

¿Cómo podemos promover que nuestro entorno sea más justo y equitativo y avance hacia la construcción de una sociedad sin desigualdades de género?

3

Equidad de género

¿Cómo podemos promover que nuestro entorno sea más justo y equitativo y avance hacia la construcción de una sociedad sin desigualdades de género?



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

✓ Personas

- ☐ Planeta
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos promover que nuestro entorno sea más justo y equitativo y avance hacia la construcción de una sociedad sin desigualdades de género?



RETO

Desarrolla iniciativas que fomenten la equidad de género y la justicia social, desafiando estereotipos y construyendo un entorno más inclusivo y respetuoso.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

A pesar de los avances en materia de igualdad, la discriminación de género y los estereotipos arraigados siguen afectando a nuestra sociedad, obstaculizando el desarrollo equitativo y justo de las personas. Olga Ibarmía, responsable de proyectos de educación para la sostenibilidad de Anthesis Lavola, te propone asumir este reto para detectar y reducir la desigualdad de oportunidades en tu entorno más próximo.



PRESENTACIÓN

Actualmente, es necesario hablar de equidad de género. Si bien la situación ha ido mejorando a lo largo de los años, sigue sin establecerse una transformación social real y justa.

¿Crees que el género de las personas sigue condicionando sus oportunidades?

¿Sabes de dónde provienen las desigualdades estructurales de nuestra sociedad?

La injusta distribución de los recursos y beneficios, la discriminación y los estereotipos, siguen formando parte del tejido social.

¿Te animas a proponer iniciativas innovadoras que fomenten la igualdad y equidad de género, desafiando estereotipos y construyendo un entorno más inclusivo?

Por ello, es vital trabajar en proyectos comunitarios con visión de transformación social desde una perspectiva de justicia y equidad social, que sostenga y sea capaz de detectar necesidades y mejoras.





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [Perspectiva de género y equidad social](#)
- [Diferencia entre género y sexo](#)

Videos

- [Diferencias de términos entre equidad, igualdad y justicia social](#)
- [Orgullo LGBTQI : manifestaciones por España](#)

Otros recursos

- [Estrategia para la igualdad de género - Comisión Europea](#)
- [Plan para la justicia de género - Ajuntament de Barcelona](#)
- [Periódico feminista](#)
- [Cómo planificar un proyecto desde la perspectiva de género](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante “Descubrimiento”. Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo se pueden desarrollar estrategias para promover la equidad de género en el sector laboral?**
- 2 **¿Cómo pueden la publicidad y los medios promover la equidad de género y la justicia social?**
- 3 **¿Cómo el sector educativo puede favorecer la equidad de género y formar parte del cambio social?**
- 4 **¿Cómo se puede ayudar a identificar prácticas sociales que vayan en contra de la equidad de género?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible —estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

4

Siguiendo las huellas de la inteligencia artificial

¿Cómo podemos reducir el impacto medioambiental que generamos con nuestro uso cotidiano de las tecnologías basadas en inteligencia artificial?

4

Siguiendo las huellas de la inteligencia artificial

¿Cómo podemos reducir el impacto medioambiental que generamos con nuestro uso cotidiano de las tecnologías basadas en Inteligencia Artificial?



Descubre el reto de la mano
de Ruth S. Contreras
Doctora en Ingeniería Multimedia
e investigadora



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

- ☐ Personas
- ☐ Planeta
- ☒ **Prosperidad**
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos reducir el impacto medioambiental que generamos con nuestro uso cotidiano de las tecnologías basadas en inteligencia artificial?



RETO

Desarrolla una iniciativa que contribuya a reducir el impacto ambiental del big data que generamos y del que se alimentan tecnologías como la inteligencia artificial.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

La inteligencia artificial (IA) impulsa la innovación, pero tiene consecuencias ambientales. Los servidores que alojan los datos que generamos y que nutren la IA crecen en número y tamaño, y dejan una huella ecológica cada vez mayor por su consumo de electricidad.

La experta en Ingeniería Multimedia Ruth Contreras nos explica el impacto ambiental que tiene la IA empleada en los videojuegos y nos pregunta cómo podríamos minimizarlo, tanto en este sector como en otros productos o servicios digitales.



PRESENTACIÓN

En la era tecnológica actual, la innovación y el uso creciente de la inteligencia artificial han transformado nuestro mundo.

Sin embargo, detrás de la aparente magia digital se esconde un impacto ambiental significativo.

¿Sabes que los datos digitales que nos rodean, que generamos y usamos, tienen un impacto ambiental?

¿Los videojuegos o las inteligencias artificiales como ChatGPT dejan huellas ecológicas?

Los datos, generados, transmitidos y procesados, tienen consecuencias ecológicas que a menudo pasan desapercibidas. Las aplicaciones de IA, desde videojuegos realistas hasta asistentes virtuales como *ChatGPT*, dependen de servidores que consumen cantidades sustanciales de energía.

Los servidores, el espacio físico donde se almacenan y procesa toda la información, necesitan una refrigeración constante para mantenerse a la temperatura adecuada y dejan una huella de carbono cada vez más elevada.

¿Puedes ayudar a diseñar un futuro donde la innovación y la sostenibilidad coexistan en armonía?

Este reto te invita a explorar como podemos utilizar la IA y las tecnologías de manera responsable y minimizar su impacto en el medio ambiente.





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [“La huella ecológica de la economía digital”](#)
- [“La Inteligencia Artificial estaría afectando nuestra huella de carbono”](#)
- [“La huella de carbono de la IA aún es muy elevada”](#)
- [“La Inteligencia Artificial está en auge, pero también su huella de carbono”](#)
- [“¿Cuánto contamina una IA como ChatGPT?”](#)
- [“Posibles mejoras para reducir el impacto de la huella digital en páginas web” \(Inglés\)](#)
- [“La huella del consumismo tecnológico”](#)

Videos

- [¿Qué son los datos?](#)
- [¿Qué es la huella de carbono digital?](#)
- [“La huella de carbono detrás de un tuit, una búsqueda en Internet o un vídeo de Youtube”](#)
- [“Story of electrónicos” sobre los residuos tecnológicos](#)
- [“Consejos para reducir la huella de carbono”](#)

Otros recursos

- [Calculadora de la huella de carbono](#)
- [Web interactiva sobre la huella de carbono por países](#)
- [Recursos educativos sobre cómo empresas y personas pueden reducir su huella de carbono](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante “Descubrimiento”. Por ejemplo...

- 1 [¿Cómo hacer más sostenible un almacenamiento de datos digitales cada vez más grande?](#)
- 2 [¿Cómo podemos reducir su impacto ambiental, aunque no evitemos su crecimiento?](#)
- 3 [¿Cómo se puede reciclar y reutilizar componentes electrónicos para reducir la producción de nuevos dispositivos?](#)
- 4 [¿Cómo podemos dar a conocer el impacto ambiental de las nuevas tecnologías en nuestro entorno cercano?](#)

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible — estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

5

De Gambia a tu plato, nuestro pescado devora su pescado

*¿Cómo podemos promover una
acuicultura sostenible que no afecte
a la fauna marina en libertad?*

5

De Gambia a tu plato, nuestro pescado devora su pescado

¿Cómo podemos promover una acuicultura sostenible que no afecte a la fauna marina en libertad?



Descubre el reto de la mano
de Noemí Fuster

Doctora en Microbiología e Investigadora
del Instituto de Ciencias del Mar del CSIC



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

- ☐ Personas
- ☒ **Planeta**
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podríamos promover una acuicultura sostenible que no afecte a la fauna marina en libertad?



RETO

Plantea una iniciativa innovadora relacionada con la acuicultura, con el control de la pesca, o con la comercialización o el consumo de pescado que contribuyan a proteger la fauna marina de la cría en cautividad.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

La cría de pescado en piscifactoría, que se presentaba como solución a la sobrepesca y la pesca ilegal, está perjudicando a la fauna marina, comprometiendo la seguridad alimentaria, contaminando el medioambiente y debilitando el tejido social y económico de comunidades costeras de África. La experta ambientalista del CSIC Noemí Fuster te plantea este reto que empieza en Gambia y termina en nuestro plato.



PRESENTACIÓN

La acuicultura, la cría de pescado para el consumo humano, requiere alimentar a algunas especies con productos derivados del pescado, lo que plantea un dilema ambiental. Por ejemplo, el salmón, la lubina y otros mariscos que disfrutamos suelen ser carnívoros y se crían con piensos elaborados a partir de peces capturados en la naturaleza.

¿Alguna vez te has preguntado de dónde proviene la comida que se les da a los peces que terminan en tu plato?

¿Cómo afectan nuestras decisiones de consumo al mundo?

Cuanto más crece la industria de la acuicultura, también lo hace la producción de estos piensos, lo que conlleva una mayor extracción de peces de nuestros océanos. ¿Sabes que gran parte de esta producción tiene lugar en países de la costa occidental africana, como Gambia? En 2016, una sola factoría en Gambia representó el 40% de toda la captura de pescado registrada en el país”

Este reto nos invita a explorar la procedencia de nuestra comida y su impacto en los ecosistemas marinos. ¿Aceptas el desafío?





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [El centro de España, un mar para la fabricación de piensos](#)
- [Los riesgos del 'boom' de la harina de pescado en Gambia](#)
- [Una revolución circular en la previsión de piensos para la acuicultura](#)
- [Hacia una acuicultura sostenible en Noruega](#)
- [Cuando no haya peces, ¿qué será de nosotras?](#)
- [Impacto de la industria europea de harinas y aceite de pescado en África occidental](#)

Videos

- [How fish-meal production is destroying gambia's waters](#)
- [Stolen Fish \(documental\)](#)

Otros recursos

- [Hasta que los mares se sequen](#)
- [Informe de la FAO 2022 sobre el estado mundial de la pesca y la acuicultura](#)
- [Atrapados: Cómo los supermercados españoles abordan el empleo de pescado salvaje en su cadena de suministro acuícola](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante "Descubrimiento". Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo podría haber mayor transparencia sobre la industria de los piensos de pescado en los países de África?**
- 2 **¿Cómo podría controlarse esta pesca?**
- 3 **¿Cómo podríamos reducir el consumo de pescado carnívoro de piscifactoría?**
- 4 **¿Cómo podríamos saber el origen de lo que comemos y el impacto medioambiental que tiene?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible —estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

6

De un residuo a un producto, menos desecho y más uso

*¿Cómo podemos promover la
economía circular en nuestro
entorno?*

6

De un residuo a un producto, menos desecho y más uso

¿Cómo podemos promover la economía circular en nuestro entorno?



Descubre el reto de la mano
de Ivan Monells
Cofundador de Brava Fabrics



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

- ☐ Personas
- ☒ **Planeta**
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos promover la economía circular en nuestro entorno?



RETO

Desarrolla una propuesta innovadora que, utilizando los principios de la economía circular, impulse en nuestra comunidad patrones de consumo y producción más sostenibles, reduciendo la generación de residuos y fomentando la reutilización o el reciclaje.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

El ritmo de consumo de la sociedad conlleva excesos en la producción, en la explotación de recursos naturales y en la generación de residuos, con un alto impacto en el medio ambiente, la salud y la economía. Iván Monells, cofundador de la marca de moda sostenible Brava Fabrics, explica cómo promover la economía circular en la industria de la moda y os reta a aportar soluciones en este u otros ámbitos para reducir residuos y alargar la vida útil de las cosas.



PRESENTACIÓN

El sistema económico actual nos ha llevado a un consumo excesivo de recursos naturales y a generar una gran cantidad de residuos difíciles de gestionar. Cada vez más personas están cuestionando el sistema económico actual y planteando un cambio de rumbo en el objetivo de transformar la economía lineal en economía circular.

¿Te has parado a pensar en el impacto que tiene el consumo no responsable en tu entorno?

¿Sabes que el fenómeno conocido como "fast fashion" impulsa el consumo desenfrenado, la obsolescencia programada, la explotación de mano de obra y desencadena problemas medioambientales?

La premisa de la economía circular es mantener el valor de los productos y el material del cual están hechos el máximo tiempo y con la mejor calidad posibles.

¿Es el reciclaje la única solución?





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [Introducción a la economía circular \(Inglés\)](#)
- [Los jóvenes, motor de cambio hacia una economía circular](#)
- [6 ejemplos de economía circular](#)
- [¿Cómo cuida la economía circular del medio ambiente?](#)
- [Acciones de concienciación sobre la economía circular](#)

Videos

- [Repensar el progreso](#)

Otros recursos

- [Guía sostenibilidad en la ropa](#)
- [Guía sobre economía circular](#)
- [Guppyfriend](#)
- [Capitán denim](#)
- [Minimalism Brand](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante “Descubrimiento”. Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo podemos reducir el impacto ambiental de nuestro sistema de producción y consumo aplicando criterios de economía circular?**
- 2 **¿Cómo conseguir alargar la vida útil de las cosas?**
- 3 **¿Cómo la tecnología, la comunicación y la publicidad pueden ayudarnos a producir de manera más sostenible?**
- 4 **¿Cómo se pueden aprovechar los residuos para generar otros productos distintos?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible — estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograrun cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

7

Medios de comunicación y cambio climático: de la eco-ansiedad a la eco-acción

*¿Cómo podemos transformar la
preocupación por el medio ambiente
en acciones positivas y oportunidades
de cambio en nuestro entorno?*

7

Medios de comunicación y cambio climático: de la eco-ansiedad a la eco-acción

¿Cómo podemos transformar la preocupación por el medio ambiente en acciones positivas y oportunidades de cambio en nuestro entorno?



Descubre el reto de la mano
de Silvia Collado
Doctora en Psicología Ambiental



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

- ☐ Personas
- ☒ **Planeta**
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)

13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



PREGUNTA ESENCIAL

¿Cómo podemos transformar la preocupación por el medio ambiente en acciones positivas y oportunidades de cambio en nuestro entorno?



RETO

Convierte la preocupación por el planeta en una oportunidad para promover iniciativas que dejen una huella positiva en el medio ambiente.



SITUACIÓN IDENTIFICADA

La creciente exposición a noticias relacionadas con crisis ambientales está teniendo un impacto negativo en la salud mental de las personas, especialmente entre la juventud. Silvia Collado, doctora en Psicología Ambiental, nos plantea este reto sobre eco-ansiedad en el que tienen mucho que ver los patrones de consumo de la información.



PRESENTACIÓN

La proyección del futuro de la juventud está marcada por la ansiedad que genera el bombardeo de información sobre la creciente preocupación por las crisis ambientales y humanitarias actuales.

¿Las constantes noticias sobre el cambio climático y las guerras te generan ansiedad porque sientes que las soluciones actuales no sirven para cambiar la situación crítica que estamos atravesando?

Los medios de comunicación y la publicidad transmiten la información e influyen en su recepción por parte de la sociedad. La concienciación y empatía de la población puede aprovecharse para generar acciones transformadoras a nivel local que ayuden a generar el cambio necesario ya a hacer frente a los retos presentes y futuros. Pero, a veces, la sobrecarga de información negativa puede producir apatía y derrotismo, todo lo contrario, a lo que la humanidad necesita para tomar acción.

¿Sabes que a esta preocupación se le llama eco-ansiedad?

¿Qué papel juegan los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales en tu vida?

Este reto te invita a transformar la preocupación por el medio ambiente en acciones positivas y oportunidades de cambio en nuestro entorno.





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Artículos

- [Jóvenes denuncian 32 estados por inacción climática](#)
- [¿Quién teme al fin del mundo?](#)
- [¿Qué es la eco-ansiedad y cómo combatirla entre los más jóvenes?](#)
- [El impacto de la crisis climática en la salud mental](#)

Videos

- [TedTalk – Renee Lertzman – de la ansiedad a la acción](#)

- [Tráiler película 2040](#)

Otros recursos

- [Portal de noticias positivas](#)
- [El futuro es clima – Informe de resultados](#)



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora es momento de ir un paso más allá! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de solución que promueva un cambio positivo para el problema sobre el que habéis indagado durante “Descubrimiento”. Por ejemplo...

- 1 **¿Cómo los medios, las redes sociales o la publicidad pueden promover un cambio social hacia la sostenibilidad?**
- 2 **¿Cómo podemos comunicar las crisis actuales para estimular una mejora social?**
- 3 **¿Cómo podemos ayudar a reducir el impacto ambiental en nuestro entorno más cercano usando la información y la comunicación?**

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible — estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h

8

Definid vuestro propio reto

¿Cómo podemos formular un reto y generar iniciativas para lograr un impacto positivo en relación con los ODS?

8

Definid vuestro propio reto

¿Cómo podemos formular un reto y generar iniciativas para lograr un impacto positivo en relación con los ODS?



LAS 5P Y ODS RELACIONADOS

¿Con qué "P" se relaciona el Objetivo de Desarrollo Sostenible que conecta con vuestra causa?

- ☐ Personas
- ☐ Planeta
- ☐ Prosperidad
- ☐ Paz
- ☐ Partnership (alianzas)



PREGUNTA ESENCIAL

Identificad el impacto que queréis conseguir, esa pregunta que os va a llevar a la acción y que empezaría así:

"¿Cómo podemos...?"



RETO

Desde esa pregunta esencial, escribid una instrucción clara, concreta y práctica para afrontarla. Por ejemplo:

"Ideemos una iniciativa/proyecto que sea realizable y sostenible en el tiempo para solucionar/ayudar/reducir/aumentar/mejorar/evitar/contrarrestar/concienciar/sensibilizar/informar..."



SITUACIÓN IDENTIFICADA

Hay estudios sobre liderazgo y emprendimiento social que explican que el origen y la motivación de la implicación social de relevantes miembros de la sociedad procedieron, bien en una "llama interior", una inquietud, que les puso en marcha, o bien en una "llamada exterior", una persona referente, que les puso sobre la pista para tomar la iniciativa.

Sea cual sea vuestro caso, a través de estas preguntas, os invitamos a formular vuestro propio reto, tanto para definir el punto de partida de vuestro equipo como para movilizar a otros que puedan contribuir al mismo.

¿Cuál es vuestro marco de trabajo? Identificad cuál es la causa que os mueve, esa situación sobre la que habéis decidido intervenir.



PRESENTACIÓN

Explicad brevemente vuestra causa y los motivos que os llevan a trabajar por ella. Podéis hacerlo respondiendo a preguntas cómo:

¿Por qué es importante para nosotros?

¿Qué hizo que nos fijáramos en esa situación o necesidad?, ¿un dato preocupante?, ¿una realidad que nos parece injusta?, ¿los problemas derivados que genera?

¿A quién afecta? (alguien cercano, nosotros mismos, un colectivo vulnerable, todo nuestro entorno local...)

¿Ya se han planteado iniciativas anteriormente y no han sido eficaces?





DESCUBRIMIENTO - RECURSOS

Incorporad aquí las fuentes de información fiables que pueden resultar de utilidad para tomar conciencia, comprender el reto y construir vuestra propia visión, así como los enlaces a recursos que pueden facilitar la investigación: informes, bases de datos, artículos, webs, vídeos...



IDEACIÓN - PREGUNTAS

¡Ahora sí, comienza el reto! Después de la investigación y la reflexión debéis idear y planificar una propuesta de iniciativa que promueva un cambio positivo para la problemática sobre la que habéis indagado.

Una vez hayáis organizado la información de base y comprendido las claves de vuestro reto, identificad los posibles focos de acción o líneas de intervención que presenta ese reto. ¿Hay varias?

Cuando un problema o necesidad es muy grande o amplio, conviene trocearlo para intervenir sobre alguno de sus elementos o dimensiones concretos.

Con todos esos **'subretos'** concretos sobre la mesa, elegid cuál va a ser el vuestro y formuladlo con la pregunta "¿Cómo podemos...?".

Podéis aportar valor en forma de producto, servicio o campaña. A continuación, explicamos las claves de cada tipo de solución.

Producto

Un producto es, normalmente, un bien tangible —estandarizado y repetible— que una organización produce para satisfacer las necesidades de sus destinatarios a través de su uso o consumo.

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de sus destinatarios; generalmente es intangible y personalizable y se consume a medida que se presta.

Campaña

Una campaña (de concienciación) es una iniciativa organizada —mediante estrategias y actividades— que persigue ejercer presión pública sobre instituciones o personas para influir en sus acciones y lograr un cambio, ya sea normativo, comportamental o ambos.







ENTREGA DEL PROYECTO

Si habéis completado las fases anteriores ya tenéis una gran idea para presentarla a The Challenge.

Consultad la [guía de participación](#) y las herramientas disponibles, para desarrollar los entregables y presentar el proyecto en la [Plataforma de Convocatorias](#).

**¡Presentad el proyecto
a The Challenge!**

Qué materiales presentar

-  Una página web de acceso abierto con la información del proyecto.
-  Un vídeo en el que explique el proyecto (dentro de la página web).
-  Una ficha de metacognición sobre el proceso de trabajo y los aprendizajes obtenidos.
-  Una breve descripción del proyecto.



¿NECESITAS AYUDA?

Contacta con nosotros a través del correo electrónico challenge@educaixa.org
o al teléfono/WhatsApp **610 469 650** de lunes a jueves de 8 a 14 h y de 15 a 17 h y los viernes de 8 a 15 h