

**V Congreso Internacional de Educación Ambiental
Madrid, 12-15 de marzo de 2015**

El váter no es una papelera. Evaluación y resultados de una campaña de sensibilización ambiental y buenas prácticas ciudadanas

Autores: Juan Jesús Martín Jaime, Juan Carlos Tójar Hurtado y Antonio Matas Terrón, Universidad de Málaga

Resumen:

El impacto de la “basura impropia” arrojada a los inodoros domésticos tiene importantes consecuencias medioambientales y económicas. Según la Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento (AEAS) el sobreesfuerzo económico que se produce como consecuencia de estos residuos supone entre un 10% y un 18% del coste público de depuración de aguas residuales, lo que puede llegar a costar, en término medio y para una familia de miembros, entre 48 y 73 euros (AEAS, 2012).

Además del sobre coste económico, este tipo de residuos pueden producir graves daños en en los ecosistemas marinos y en la salud de los ciudadanos.

Para atender a esta problemática en el área metropolitana de Málaga, la Sociedad Cooperativa Andaluza Aula del Mar de Málaga y la Empresa Municipal de Aguas de Málaga (EMASA) están desarrollando una campaña piloto de sensibilización ambiental bajo el lema “El váter no es una papelera”. Dicha campaña tiene como objetivo la colaboración ciudadana en el uso responsable de los residuos domésticos para optimizar la correcta depuración de las aguas residuales.

La campaña va dirigida a docentes y escolares del 2º ciclo de la Educación Primaria que, en un número aproximado de 1000 participantes, están realizando una serie de talleres educativos (en el propio centro, en la estación de bombeo de aguas residuales y en las instalaciones del Aula del Mar). La metodología didáctica que se sigue en el desarrollo de los talleres es muy participativa, vivencial e interactiva y trata de propiciar el descubrimiento a través de los sentidos de las consecuencias de este tipo de residuos domésticos. Los propios escolares deberán elaborar sus propias propuestas de uso adecuado de los desagües domésticos y difundir al resto de la comunidad educativa y a la población en general.

En este trabajo se presenta el proceso de validación de la evaluación de la campaña a través de expertos, una evaluación del desarrollo de la propia campaña y los primeros resultados de la misma.