

Tu consumo decide: El consumismo y el poder de los consumidores/as

OBJETIVOS

- Identificar el concepto de consumismo y valorar sus consecuencias
- Tomar una actitud de responsabilidad frente al consumo

NIVEL

Segundo Ciclo de la E.S.O

CONTENIDOS:

a) Conceptos:

- El consumismo, identificación. Diferentes actitudes frente al consumo
- Algunas consecuencias sociales (el consumo como valor social), económicas (explotación de los trabajadores/as del Sur) y ambientales (destrucción del medioambiente) del consumismo

b) Procedimientos

- Reflexión sobre el concepto y las consecuencias del consumismo
- Identificación de diversas actitudes de consumismo
- Valoración crítica del consumismo

c) Actitudes

- Responsabilidad frente al hecho de consumir
- Sensibilidad ante los problemas del Sur

AREAS CURRICULARES:

Tutoría, Ciencias Sociales y Educación para la Ciudadanía

DESARROLLO:

Esta unidad propone unas actividades que se pueden trabajar tanto individualmente como en grupos pequeños. Se pueden ir variando las técnicas. En cualquiera de las modalidades es importante que el educador o educadora dé seguimiento a los procesos de valoración de datos y elaboración de conceptos, y busque los momentos apropiados para la puesta en común en el grupo de clase.

En **negrita** se ofrecen las sugerencias para las respuestas o aclaraciones pedagógicas:

Actividad 1:

Miguel y Teresa han cobrado su primer sueldo y deciden ir de compras. Han hecho sus cálculos y han decidido gastar un máximo de 130 euros. Pero ¡atención! han de planificar sus compras porque quieren aprovechar al máximo este dinero.

Estas son las compras que necesitan hacer:

- Un artículo de ropa para Teresa
- Un artículo de ropa para Miguel

- Un artículo para la decoración de la casa
- Un regalo para un amigo/a
- Tres productos para el hogar y/o alimentos

Estos son los productos que encuentran en las tiendas:

En el Hipermercado:

- Chaqueta de deporte: 90 €
- Malla larga de deporte: 45 €
- Camiseta de tirantes: 36 €
- Top de tirantes: 30 €
- Malla larga: 27 €
- Pantalón vaquero de mujer: 60 €
- Camiseta con cuello: 25 €
- Alfombra de diseño de rombos: 6 €
- Pañuelos de papel: 1 €

- Tableta de chocolate con leche: 1 €
- Bolsa de aperitivos: 1 €
- Botella de agua mineral: 0.50 €
- 25 vasos de plástico: 0.75 €
- 25 platos de plástico: 0.75 €
- Paquete de café molido 250 g: 1.5 €
- Limpiador multiusos en spray: 2 €
- Lata de refresco: 0.50 €

En cadenas de tiendas (tipo Benetton, Zara, Berksha...)

- Jersey de cuello redondo: 70 €
- Pantalón vaquero: 30 €

En tiendas de Comercio Justo:

- Jersey de Lana tejido a mano: 65 €
- Camiseta de algodón orgánico: 10 €
- Bandeja de madera para aperitivos: 10 €
- Alfombra de algodón con tintes naturales: 20 €
- Caja de bambú: 10 €

- Elefante de feldepatato: 11 €
- Paquete de café de cultivo ecológico molido 250 g: 3 €
- Tableta de chocolate con leche: 2 €
- Azúcar de caña integral: 2 €

Tiendas de “Todo a 1 euro y más”:

- Reloj de pared musical con motivos de pájaros: 3 €
- Casita decorativa con termómetro: 2 €



Rellena la lista de compras de Miguel y Teresa. ¡Sólo tienes 7 minutos, porque las tiendas van a cerrar! (La presión del tiempo tiene por objeto que los participantes escojan sus productos sin reflexionar demasiado, como sucede a menudo en la realidad)

	Objeto comprado	Precio
Ropa Teresa		
Ropa Miguel		
Decoración hogar		
Regalo		
Hogar y/o alimentos		
Hogar y/o alimentos		
Hogar y/o alimentos		
	Total gastos	

¿Pudiste hacer todas las compras necesarias?

¿Te faltó o sobró dinero?

Ahora rellena este cuadro, calificando los productos comprados según la puntuación indicada en la primera columna:

Artículo							
Valor alimenticio (Sólo para alimentos) 1. no alimenta o alimenta mal 2. Medio 3. Alto valor alimenticio							
Duración (No calificar los alimentos) 1. Usar y tirar 2. Poca duración 3. Durable							
Precio: 1. Muy barato 2. Excesivamente caro 3. Precio normal							
Calidad: 1. Mala 2. Media 3. Buena							
Protección al medio ambiente: 1. Poca o ninguna 2. Protección media 3. Artículo ecológico u orgánico							
Información al consumidor/a sobre las condiciones de elaboración: 1. Ninguna 2. Poca 3. Buena							
Tipo de tienda: 1. Tienda de “Todo a 1 euro y más” 2. Hipermercado o cadena de tiendas 3. Tienda de Comercio Justo							

Algunas pistas para la clasificación de los productos y la reflexión posterior:

- Los envases de agua mineral pueden ser altamente contaminantes.
- Los productos de Comercio Justo se elaboran siempre en condiciones de respeto al medioambiente.
- Mucha de la ropa de las marcas más conocidas o vendidas en hipermercados suele utilizar en su confección productos perjudiciales para el medio ambiente, como tintes contaminantes, decolorantes, materiales no reciclables, etc.
- Los artículos de “Todo a 1 €” son tan baratos porque los salarios que se pagan a los trabajadores son muy bajos.
- En la confección de alfombras se han descubierto casos de explotación de mano de obra infantil en Turquía e India.



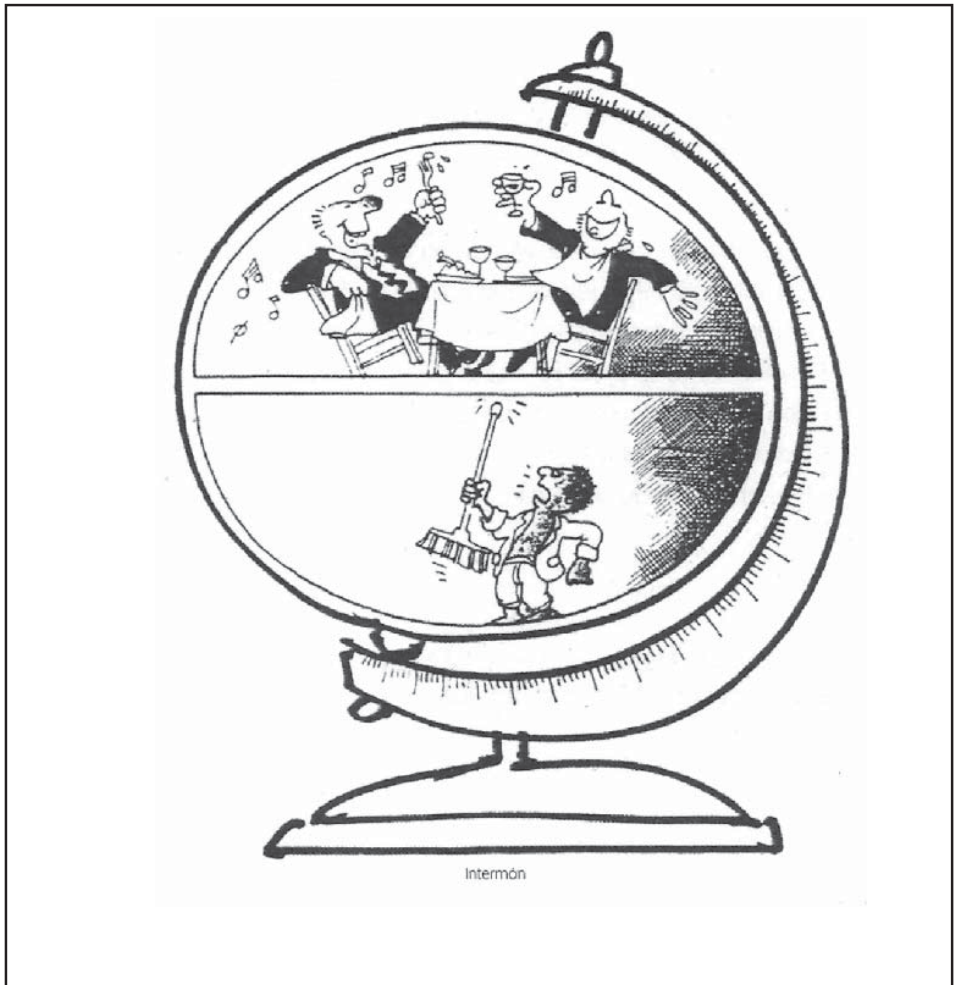
Suma el total de productos que han obtenido Miguel y Teresa. Tomando en cuenta que 42 puntos es la puntuación de un consumidor/a que no es responsable, 84 la de un consumidor o consumidora medianamente responsable y 126 la de un consumidor o consumidora solidaria y responsable, ¿qué clase de consumidores son Miguel y Teresa?

Tomando en cuenta esto, ¿qué diferencias encuentras entre un consumo responsable y un consumo no responsable? ¿Cómo definirías ahora el consumismo?



Actividad 2:

Observad y comentad esta imagen:



Describe la imagen:

¿Qué crees que representa?

¿Qué problemas crees que origina el consumismo? Haz un listado.

Actividad 3:

¿Qué tendríamos que hacer como consumidores/as para evitar los problemas que ocasiona el consumismo? Lee las siguientes sugerencias e indica con cuáles estás de acuerdo y con cuáles no. Argumenta tus afirmaciones:

– **Pedir información sobre las condiciones en que se fabricó el producto.**

El consumidor/a tiene derecho a saber si existió explotación laboral o infantil, o daño al medio ambiente en la elaboración de los productos ofrecidos. La información posibilita una elección más racional de los artículos a comprar.

– **Comprar siempre lo más barato.**

Existen productos muy baratos fabricados a bajo costo porque en su elaboración existió explotación de los trabajadores/as o trabajo infantil. Muchos de estos productos se venden en las tiendas de todo a 1 euro.

– **Comprar productos que duren**

Comprando productos durables se generan menos residuos y se contribuye a proteger el medio ambiente. Aunque reutilizar y reciclar también ayudan a protegerlo, lo mejor es no generar los residuos en primer lugar.

– **Priorizar la calidad del producto por encima de todo.**

Hay productos de muy buena calidad, pero fabricados con explotación laboral o materiales no reciclables, como ciertos productos de famosas marcas deportivas.

– **Comprar preferentemente productos de Comercio Justo.**

Este tipo de productos garantizan que han sido fabricados en condiciones de trabajo dignas y de respeto al medioambiente.

– **No comprar ningún producto fabricado en los países del Sur.**

No todos los productos fabricados en el Sur se producen en condiciones de explotación laboral. Aquí un elemento clave es la información que el consumidor puede obtener sobre el producto.

– **Preferir los productos orgánicos y ecológicos.**

Son los que producen menos daño al medio ambiente y a la salud.



¿Crees que es posible lograr una sociedad menos consumista y más solidaria? ¿Qué otras actitudes se te ocurren para conseguirlo? Haz una lista.

MATERIAL:

Fotocopias.

ESPACIOS :

El aula.

DURACION:

El profesor/a determinará si desarrolla todas las actividades o no, dependiendo del ritmo de trabajo, el interés del grupo... También es posible profundizar en una o dos de las actividades, o dividir la unidad en dos sesiones.

¿Quién paga la publicidad?

TEMA

Publicidad y distribución de las inversiones de las multinacionales

OBJETIVOS

- Comparar las inversiones de las multinacionales en publicidad con los salarios de sus trabajadores
- Tomar una actitud crítica respecto a los mensajes publicitarios de las grandes marcas

NIVEL

Segundo Ciclo de Educación Secundaria

CONTENIDOS:

a) Conceptos:

- Distribución de las inversiones y grandes inversiones en publicidad

b) Procedimientos

- Reflexión sobre los mensajes publicitarios
- Cálculo y reflexión sobre los porcentajes de las inversiones
- Valoración crítica de la actuación de las multinacionales

c) Actitudes

- Sensibilidad por la situación de los trabajadores y trabajadoras del Sur en las multinacionales

DESARROLLO:

Esta unidad propone unas actividades que se pueden trabajar tanto individualmente como en grupos pequeños. Se pueden ir variando las técnicas. En cualquiera de las modalidades es importante que el educador/a dé seguimiento a los procesos de valoración de datos y elaboración de conceptos, y busque los momentos apropiados para la puesta en común en el grupo de clase.

En negrita se ofrecen las sugerencias para las respuestas o aclaraciones pedagógicas:

Actividad 1:

Parte 1:

Imaginad que sois parte del departamento de publicidad de una gran empresa de producción de zapatillas deportivas. El Director General os ha encargado las siguientes tareas:

- Ponerle un nombre (marca) a un nuevo modelo de zapatillas.
- Elaborar un anuncio publicitario del producto para la radio (también puede ser un texto, una imagen...). Primero enumera las características que se quieren resaltar. Después inserta un eslogan que anime a comprarlas.

(Una actividad alternativa es elegir un anuncio que les guste entre los ya existentes de distintas marcas de zapatillas deportivas)