

# **CURSO DE PROMOCIÓN Y EXTENSIÓN EDUCATIVA**

**Consumo responsable**

**(60 horas)**

## 1. JUSTIFICACIÓN

Como miembros de una sociedad, todos nos desenvolvemos en diferentes ámbitos: somos al tiempo integrantes de un núcleo familiar o de convivencia, profesionales, vecinos, socios, votantes, seguidores, clientes... En una parte importante de estos entornos la persona ejerce libremente un determinado grado (o ningún grado) de participación y compromiso. En tanto que consumidores, todos lo somos sin excepción. Además, como personas adultas, tomamos continuamente decisiones sobre consumo. Entendemos de manera inmediata que dichas decisiones afectan directamente a nuestra economía, pero cada vez se extiende más la idea de que las mismas decisiones afectan al medio ambiente y a la sociedad, tanto los más próximos como globalmente. A menudo estos distintos niveles de afección entran en contradicción.

Este curso proporciona al alumnado herramientas para que sus decisiones de consumo sean decisiones meditadas. No se trata de decir qué es bueno y qué malo, pero sí de darse cuenta de que el consumo tiene un componente ético.

## 2. RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS CLAVE

La competencia en comunicación lingüística se ve reforzada al poner en práctica la escucha activa en el grupo y la lectura comprensiva de distintos tipos de textos y documentos: noticias, artículos, etiquetados, instrucciones, anuncios, facturas... en distintos soportes (físico, digital, en línea); se trata de documentos que con frecuencia manejan información textual y no textual. Se hace especial hincapié en el lenguaje publicitario. Se pone en práctica la expresión oral tanto en pequeño como en gran grupo, en forma de comentario y debate y en forma de exposición. Finalmente, el lenguaje escrito forma parte de las tareas de investigación, así como de los productos finales.

La competencia matemática, científica y tecnológica al describir determinadas realidades (cifras y porcentajes, comparativas respecto a consumo), al representarlas (gráficos, tablas...) y entenderlas (facturación de la energía) o al realizar valoraciones críticas (uso de datos, estadísticas y argumentos científicos o pseudocientíficos).

La competencia digital se desarrolla al buscar, obtener, seleccionar y tratar información procedente de fuentes diversas, y también crear contenidos en soporte digital. Se aborda durante el curso los derechos y riesgos del mundo digital como consumidores, al igual que el potencial de las TIC para influir en los hábitos de consumo. Se trabaja el lenguaje específico del mundo digital (textual, numérico, icónico, visual, gráfico y sonoro) como base no solo a su correcta decodificación, sino también para la elaboración de las tareas y el análisis de su uso en el lenguaje publicitario.

Las competencias sociales y cívicas se desarrollan mediante la comprensión del componente ético presente en cualquier acto de consumo y elaborar una perspectiva local, regional y global de la problemática medioambiental y social asociada al consumo irresponsable. Asimismo, exige un ejercicio de tolerancia en la medida en que cada participante mostrará preferencias, prioridades y valores diferentes.

El sentido de iniciativa y espíritu emprendedor mejora con el conocimiento y análisis de algunos aspectos económicos ayudan a la comprensión del funcionamiento de nuestra sociedad y de otras sociedades. La metodología del curso implica saber comunicar, convencer, presentar, buscar soluciones y actuar de forma imaginativa. El curso fomenta que el alumnado sea capaz de introducir cambios en su vida personal.

El análisis de nuestros propios hábitos de consumo conlleva la apreciación de algunos de ellos (gastronomía, vestido,) tomando conciencia de las expresiones culturales manifestaciones artístico-culturales, como receptores podemos apreciar el componente artístico que forma parte del mundo de la publicidad. Igualmente, como creadores se desarrolla la iniciativa, la imaginación y la creatividad a la hora de elaborar trabajos, así como la valoración crítica de la mercantilización de la cultura.

### **3. ASPECTOS INNOVADORES**

Tanto docentes como alumnado toman a diario decisiones como consumidores que les aportan una experiencia práctica susceptible de ser enriquecida con conocimiento y reflexión. Por esta razón, se partirá de las vivencias de los participantes. Éstos no aportarán solamente su conocimiento, sino también tendrán libertad para aportar documentos, fuentes de información, etc.

La elaboración material de las investigaciones y conclusiones podrán adoptar distintos formatos a fin de dar cabida a las distintas habilidades y aptitudes del grupo; en todo caso el producto final se digitalizará para ahorrar papel así como para facilitar su difusión.

Con el fin de estimular la participación y la reflexión se llevarán a cabo actividades lúdicas. La puesta en práctica del curso será coherente con sus objetivos, de manera que se contemplarán aspectos como la reutilización de los materiales, el uso de la energía en el aula, minimizar la generación de residuos, etc.

### **4. OBJETIVOS**

Los objetivos generales que se plantean con este curso son:

- Conocer los distintos impactos de nuestras acciones como consumidores y comparar los niveles de consumo entre el mundo desarrollado y el tercer mundo.
- Tomar decisiones que vayan a influir sobre los hábitos de consumo, potenciando hábitos de consumo responsable.
- Valorar los estilos y valores de la vida diaria y desarrollar una actitud consciente y crítica ante la sociedad de consumo.
- Fomentar el trabajo en equipo, la participación y la responsabilidad social.
- Favorecer la expresión oral y la escucha activa en el aula (compartir experiencias propias y conocimientos previos de cada alumno).
- Promover la búsqueda activa de información.

- Establecer propuestas que, directa o indirectamente, reflejen un consumo responsable y mecanismos para cuantificar el ahorro energético.
- Conocer los mecanismos y argumentos utilizados por la publicidad para persuadir al consumidor y desarrollar una actitud crítica al respecto.

## 5. CONTENIDOS

Los contenidos a desarrollar en el curso son los siguientes:

- Economía lineal y circular. Economía en el siglo XXI: globalización, externalización, terciarización.
- Consumo y consumismo. Tácticas del punto de venta. Publicidad subliminal.
- Consumo responsable: responsabilidad medioambiental y responsabilidad social.
- Las personas y los hogares como unidades de consumo.
- Derechos del consumidor.
- Responsabilidad en el consumo de: agua, alimentación, energía, ropa, productos y artículos de limpieza, cuidado personal y del hogar, medicamentos, servicios bancarios, servicios de Internet y telefonía, otros servicios.

## 6. METODOLOGÍA

Durante las primeras sesiones se sentarán unas pequeñas bases teóricas necesarias para el desarrollo del curso, pues determinados conceptos irán apareciendo de manera recurrente a lo largo de él. A partir de la reflexión conjunta, se intentará llegar a una noción de consumo responsable consensuada por el grupo. Dicha noción se utilizará a lo largo de todo el curso como criterio para valorar qué hacemos y qué podemos hacer.

En las sesiones siguientes se irán tratando los distintos temas. Al inicio de cada tema se llevará a cabo alguna actividad lúdica que favorezca la participación y la reflexión. A partir de ahí, para cada uno se abordarán aspectos relacionados con producción, embalaje, transporte, distribución, publicidad, consumo, residuos y derechos del consumidor (y aquellos pertinentes en el caso de los servicios) a modo de ejes transversales.

El docente guiará y pautará la actividad y proporcionará fuentes de información, pero los propios participantes, como consumidores, compartirán su experiencia y podrán aportar materiales. Se trata de, entre todos, partiendo de la experiencia y acudiendo a distintas fuentes de información, llegar a conclusiones que nos permitan incorporar nuevos hábitos y rutinas, cada uno según su modo de vida y criterio, que nos hagan consumidores más responsables. Dichas conclusiones se concretarán, para cada tema y en el seno del grupo, en un decálogo de consejos, grupo de preguntas, lista de criterios... o formato similar.

En cada tema o subtema, en grupo pequeño o de manera individual, el alumnado elaborará una investigación más profunda centrada en uno de los ejes transversales, que será expuesta al resto del grupo.

El desarrollo cotidiano del curso conllevará la puesta en práctica de rutinas coherentes con su temática, poniendo especial cuidado en el uso de los recursos y la gestión de los posibles residuos.

## 7. DURACIÓN DEL CURSO

El curso tendrá una duración total de 60 horas, distribuidas según las necesidades del alumnado y la disponibilidad horaria del centro de forma bimestral, cuatrimestral o anual.

## 8. MATERIALES

- Ordenador y proyector.
- Pizarra o pizarra digital.
- Smartphone, tabletas digitales u otros dispositivos móviles del alumnado.
- Servicios de alojamiento de vídeo en Internet (youtube, vimeo, metacafe).
- Recursos Educativos Abiertos de Educalab, Procomún, CEDEC y repositorios con licencias Creative Commons o Copyleft.
- <http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Departamentos/CiudadaniaDerechosSociales/AreasTematicas/Consumo?channelSelected=e56714d66d9cb210VgnVCM100000450a15acRCRD>
- <http://www.aragon.es/Temas/Consumo>
- <http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/>
- <https://www.msssi.gob.es/servCiudadanos/consumo/home.htm>
- <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=9>
- <https://www.fundacionaquae.org/>
- <https://www.consumoresponsable.org/>
- <http://dos-orillas.blogspot.com.es/p/material-didactico.html>
- <https://cecu.es/index.php/consumo-responsable>
- <https://www.ocu.org/>
- <http://consumoconciencia.org/>
- <http://www.consumer.es/>
- Materiales abiertos en PDF:
  - AMBILAMP; CECU; ENTROPÍA. Recicla la luz, ilumina el planeta
  - MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES. Guía para un consumo responsable
  - BARBERO SIERRA, C. et. al. El planeta, las personas y el futuro. Guía de consumo responsable y medio ambiente. CECU; IPADE; Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. 2006
- Noticias y artículos de prensa
- Facturas y contratos de servicios (con la debida salvaguarda a la información personal contenida en ellos) aportados a ser posible por los propios participantes.
- Publicidad en distintos soportes.

## 9. EVALUACIÓN

### 9.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y SU CONCRECIÓN

- Participación en los debates: para obtener una evaluación final positiva será necesario haber participado en al menos la mitad de los debates y reflexiones conjuntas que se lleven a cabo.
- Actitud en debates: las actitudes no tolerantes o irrespetuosas conllevarán una evaluación final negativa.
- Elaboración y presentación de pequeñas investigaciones: ajuste de la información a lo solicitado, su utilidad y el orden y claridad de los contenidos, la utilización de conceptos y herramientas utilizados en el taller, la disposición del participante a la hora de comunicarse con sus compañeros.
- Colaboración en las tareas finales de cada tema: aportaciones de ideas y maneras de expresar esas ideas, trabajos, diseño, trabajos de difusión...
- Aplicación de lo aprendido para decodificar información en folletos, publicidad... llevar una lectura más profunda del mensaje, analizando posibles aspectos como la elección del soporte, franja horaria si la hay, público objetivo, argumentos utilizados, lenguaje verbal e icónico utilizado...
- Aplicación de lo aprendido para interpretar correctamente una factura: identificar los distintos apartados y conceptos presentes en la factura, separar sobre cuáles se puede ejercer control directo y sobre cuáles no.
- Cálculos sobre ofertas de servicios (en especial energía y servicios de telefonía / internet): comparar distintas ofertas reales o hipotéticas y decidir cuál se adapta más a la situación personal atendiendo a todos los aspectos posibles y no solamente a los que se nos presentan de manera más visible e inmediata.
- Reconocimiento de prácticas de consumo no responsables a partir de supuestos, noticias o ejemplos.

Para precisar estos criterios de evaluación, se verificará el nivel de adquisición de los contenidos en base a estos indicadores de concreción:

<i>Adquisición insuficiente</i>	El alumno no alcanza un mínimo aceptable y necesita una mejora sustancial.
<i>Adquisición básica</i>	El alumno alcanza un mínimo aceptable, aunque es susceptible de mejora.
<i>Adquisición excelente</i>	El alumno evidencia una adquisición excepcional, por encima del mínimo.

### 9.2. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los procedimientos e instrumentos de evaluación serán variados, teniendo en cuenta la actitud activa ante el aprendizaje, así como el trabajo llevado a cabo en el aula y una

verificación de conocimientos, poniendo el acento en la superación personal y evitando en la medida de lo posible la competitividad y la valoración excesiva de las calificaciones.

### 9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Sobre los instrumentos antes referidos, se valorará, en primer lugar, que la asistencia a clase supere el 50% para que el alumnado pueda ser evaluado, de acuerdo con los siguientes porcentajes:

- Conocimientos adquiridos: 40%
- Trabajo realizado: 40%
- Actitud activa y participativa: 20%