



de EDUCACIÓN  
del CONSUMIDOR



NÚMERO 6 Segundo Semestre 2005

Jóvenes Consumidores

2005 / 2006

Agenda  
Europa



# ARAGÓN

## ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR EN ZUERA

OMIC del  
Ayuntamiento de Zuera  
(Zaragoza)



 **GOBIERNO  
DE ARAGON**  
Departamento de Salud y Consumo

### CONSUMÓPOLIS

El Instituto Nacional del Consumo y las Direcciones Generales competentes en Consumo de las Comunidades Autónomas organizan para ti un juego-Concurso

LA CIUDAD DEL  
CONSUMO RESPONSABLE



ACCESO AL JUEGO

# Agenda Europa: Jóvenes Consumidores

Es una iniciativa europea encaminada a informar a los jóvenes sobre sus derechos como consumidores y facilitarles los conocimientos necesarios que les permitan tomar decisiones más informadas.

> **FOMENTA** la educación del consumidor en la escuela, al proporcionar a los alumnos los conocimientos básicos en áreas como: la gestión de finanzas personales, los derechos de los consumidores y la seguridad en internet.

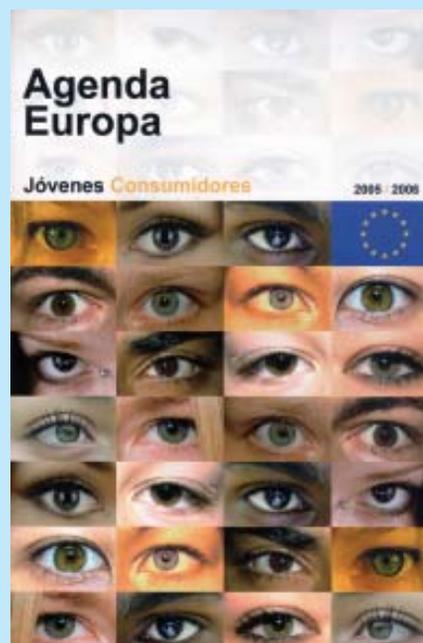
> **MEJORA** la educación del ciudadano, ayudando a los jóvenes a tomar decisiones informadas, responsables e independientes.

> **POSIBILITA** el desarrollo de jóvenes ciudadanos más responsables y activos.

> **FAVORECE** la interacción entre alumnos gracias al kit para profesores con ejercicios y actividades motivadores.

> **INFORMA** a los jóvenes sobre las consecuencias sociales, económicas y ecológicas de sus decisiones como consumidores.

> **ESTIMULA** a los jóvenes a tomar conciencia de la influencia que ejercen los medios de comunicación a los que están expuestos y que contribuyen a conformar sus hábitos de consumo.



La Agenda Europa, se distribuye en centros educativos de los 25 países de la Unión Europea. Su edición limitada es financiada por la Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores de la Comisión Europea (\*). La gestión del proyecto para toda Europa es realizada por la fundación «Generation Europe» y la coordinación para España se hace desde la RED de Educación del Consumidor, por la Escuela Europea de Consumidores, en estrecha colaboración con el Instituto Nacional del Consumo.

Para saber cómo tener acceso a la Agenda para el curso escolar 2006/2007 contactar con la Escuela Europea de Consumidores (su web es: [www.infoconsumo.es/escuela](http://www.infoconsumo.es/escuela)) y la web de la Agenda: [www.infoconsumo.es/agendaeuropa](http://www.infoconsumo.es/agendaeuropa)) al e-mail: [escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es) La Escuela Europea es quien coordina el proyecto para España (en representación de la RED Española de Educación del Consumidor y con el apoyo del Instituto Nacional del Consumo (INC, la Subdirección General de Programas Europeos, el Instituto de la Juventud, la Representación en España de la Comisión Europea y la Oficina del Parlamento Europeo en España); Generation Europa Foundation es la organización responsable de este proyecto para Europa por encargo de la Comisión Europea (su web es: <http://www.generation-europe.org>)

La Agenda Europa es gratuita para los centros escolares españoles. Sólo deben estar atentos a las fechas de pedido (normalmente en los meses de enero y febrero) que se pueden realizar on-line entrando en las páginas web antes citadas. Los pedidos son atendidos por orden de llegada.

(\* Los números extra necesarios para llegar a todos los centros escolares que lo solicitan, dentro de plazo, serán financiados por el INC y las Comunidades Autónomas correspondientes.

## > EDITORIAL

En la Reunión de la Comisión Gestora de la RED de Educación del Consumidor, celebrada en Sevilla el pasado día 27 de octubre, se incorporaron 3 nuevos socios: La Junta de Andalucía, el Gobierno de Navarra y la Ciudad Autónoma de Melilla. Con estas incorporaciones el mapa está prácticamente completo, a falta de Baleares y Ceuta.

La RED, comenzó su construcción en el año 1998, con tres Comunidades Autónomas (Cantabria, Asturias y Comunidad Valenciana); se gestó como un proyecto piloto para España auspiciado por la Comisión Europea; desde el principio cuenta con el apoyo del Ministerio de Sanidad y Consumo -a través del Instituto Nacional del Consumo- y del Ministerio de Educación y Ciencia -a través de la Subdirección General de Programas Europeos- y de las Direcciones Generales responsables de educación en todas las CCAA miembros. Así mismo, forman parte unas 50 organizaciones de Consumidores, más de 100 ayuntamientos y en torno a 600 centros escolares.

En estos momentos, su proyecto más importante es la coordinación de la RED E-CONS Comenius 3. La Comisión técnica de esta RED celebró su 4ª reunión en Sevilla el pasado día 28.

Para más información sobre esta RED entrar en su web: [www.e-cons.net](http://www.e-cons.net)

LA COORDINACIÓN



Segundo Semestre 2005 Nº 6

Tirada: 13.350 ejemplares

Edita: Red de Educación del Consumidor

<http://www.infoconsumo.es/eecred>

Dirección de la coordinación:

Escuela Europea de Consumidores

del Gobierno de Cantabria

c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander

[escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Coordinación de la revista:

Nieves Álvarez Martín

Coordinación para cada Comunidad Autónoma:

Gonzalo Sánchez Moreno (Cantabria)

Rafael González del Busto (Asturias)

Mª José López Ródenas (Comunidad Valenciana)

Esther Álvarez Fernández (Galicia)

Alejandro Salcedo Aznal (Castilla-La Mancha)

Nekane Ribado Vitorica (País Vasco)

Ana Grande Murillo (Extremadura)

Elena López Pleite (Madrid)

Francisca Pérez Jiménez (Aragón)

Carmen Herrero Álvarez (Castilla y León)

Mª José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)

Luís Domínguez Rodríguez (Canarias)

Julià Guimerà Gargallo (Cataluña)

Mª Rosa Sancho Celdrán (Murcia)

Elena Suárez Mariscal (Andalucía)

Mª Dolores Angosto Sánchez (Melilla)

Blanca Berruete Cilveti (Navarra)

Diseño de portadas: Mª Isabel Gómez Bedia

Diseño y maquetación: Mª Luisa Lavín Solana

Impresión: J. Martínez S.L.

Depósito legal: SA-1485-2004

La Red de Educación del Consumidor permite la reproducción de los contenidos que publica. No se autoriza la utilización de cualquier contenido de esta revista con fines comerciales o publicitarios.

## > SUMARIO

<b>CANTABRIA</b>	Proyecto «CONTRACORRIENTE» Encuentro Europeo de Profesores Red Temática COMENIUS 3 - E-CONS	4
<b>ASTURIAS</b>	Decidimos nuestra salud: Hábitos de vida saludables y consumo responsable	6
<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>	Los DERECHOS de los CONSUMIDORES: Un proyecto de educación del consumidor para un centro de Secundaria	8
<b>GALICIA</b>	Aprendiendo a CONSUMIR	10
<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>	Objetivos del Milenio a través del CONSUMO RESPONSABLE	12
<b>PAÍS VASCO</b>	El centro escolar C.E.P. Maestro ZUBELDIA L.H.I y los Talleres Itinerantes de Consumo 2004/2005	14
<b>EXTREMADURA</b>	Campaña de prevención de accidentes de tráfico: «Vive para contarlo»	16
<b>MADRID</b>	Sobre la vuelta al colegio... y las posibilidades que ésta ofrece para la educación y la comunicación con los chicos	18
<b>ARAGÓN</b>	Actividades de Educación del Consumidor en el municipio de Zuera (Zaragoza)	20
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	¡No seas lechug@! Consume hortalizas y verduras	22
<b>LA RIOJA</b>	Proyecto de magia educativa en los centros escolares de Primaria	24
<b>CANARIAS</b>	Todos formamos parte del consumo	26
<b>CATALUÑA</b>	El Consumo Sostenible: Un reto para la Escuela del Consumo de Cataluña y para la ciudadanía Despliegue territorial de la Escuela del Consumo de Cataluña	28
<b>MURCIA</b>	137 Grupos escolares de 26 centros participan en «CONSUMÓPOLIS» Se crea la comisión mixta entre Consumo y Educación	30
<b>ANDALUCÍA</b>	Jornadas Regionales de Educación para el Consumo Certamen Andaluz: Aprendemos a Consumir	32
<b>MELILLA</b>	La ciudad autónoma de Melilla se reincorpora a la RED de Educación del Consumidor	34
<b>NAVARRA</b>	Educación para el consumo	36

DIRECCIONES DE INTERÉS >38

RESEÑAS >39

# Proyecto «CONTRACORRIENTE»

- El día 15 de junio de 2005 tuvo lugar en la Escuela Europea de Consumidores la entrega de premios de la Segunda Fase del III «Plan Cuatrienal de Educación al Consumidor». El premio a la excelencia, así como el primer premio ex-aequo en el nivel de formación profesional, recayó en el proyecto «Contracorriente» del IES Manuel Gutiérrez Aragón, de Viérnoles, coordinado por Fernando Portal María.

El proyecto ha sido desarrollado por un grupo de alumnos y su profesor del Ciclo Formativo de Grado Superior de Dietética. El tema a partir del cual se desarrolla el trabajo realizado es el análisis de la publicidad en la alimentación (La publicidad alimentaria, otra forma de verla).

Entre los objetivos que se persiguen, se encuentran el analizar los contenidos de anuncios relacionados con la alimentación y las estrategias que utilizan mensajes sanitarios para promover el consumo de determinados alimentos, así como, fomentar el ingenio y las habilidades creativas de los alumnos y que éstos reflexionen sobre sus propios hábitos alimentarios.

Para los autores del proyecto «Los anuncios publicitarios que utilizan como reclamo mensajes relativos a la salud son normalmente interesados y éticamente reprobables. Un ejemplo, la misma empresa que te anima a consumir un producto lácteo light para mejorar tu figura, puede inducirte a que te hartes de su mantequilla porque dicen que es muy natural, sin importarle en absoluto si las grasas saturadas van a llenar tus arterias de aterosclerosis».

A partir de la recopilación y análisis del contenido de anuncios de alimentos emitidos en televisión y de los mensajes publicitarios que aparecen en los envases de los alimentos que podemos encontrar en los centros comerciales.

Los autores del trabajo sacaron sus conclusiones sobre las estrategias utilizadas por los publicistas para la promoción de sus productos y buscaron propuestas de mensajes de anuncios de alimentos con mensajes saludables.

Con toda la información obtenida y como eje central de las actividades realizadas durante todo el proyecto, los componentes del grupo de trabajo buscaron ideas creativas e ingeniosas para introducir el mensaje alimentario en una fotografía y que causase impacto en el observador.



El resultado ha sido una serie de imágenes con mensajes publicitarios cargados de una gran creatividad e ingenio que promueven hábitos alimentarios saludables y en los cuales han participado todos los integrantes del proyecto como creativos, redactores, actores-modelos, fotógrafos...

Como muestra de su labor, he aquí un ejemplo de un mensaje publicitario recogido en la memoria del proyecto. «La primera idea surgió de dos alumnas que opinaban que es muy difícil elegir la fruta cuando tienes la tentación de la bollería. Imaginaron al diablo y a un ángel ofreciendo sus propuestas encima de los platos de una balanza. Otro alumno en medio de las dos opciones se encontraba en el dilema de qué elegir. La respuesta, dijo el grupo es clara «elige la más divina»- el ángel, la fruta.»



Paralelamente los autores del proyecto «Contracorriente», han difundido a nivel europeo los materiales realizados, publicando artículos en inglés con los mensajes promovidos en el proyecto, en la web de la revista on line para jóvenes consumidores «Yomag.net» o divulgando la experiencia y los resultados de su trabajo en el Encuentro Europeo de Profesores, Red temática Comenius 3.

## Premios

### Infantil:

- > **Primer premio:** CP José M<sup>º</sup> Pereda, de Los Corrales de Buelna, «Esteluca Verde», coordinado por Adriano Fernández Polanco.
- > **Segundo premio:** EEI La Robleda, de Santiago de Cartes, «Un bosque para pies largos», coordinado por Cristina Antón Guerra.

### Primaria:

- > **Premio ex-aequo:** CP Quirós, de Cóbrecas, «Construyendo un ecobrik-teatro», coordinado por Yolanda Pérez Mazón.
- > **Premio ex-aequo:** CP José M<sup>º</sup> Pereda, de Los Corrales de Buelna, «Sonata en verde», coordinado por Ángela Troyano Cestelo y Yolanda Gutiérrez Fernández.

### ESO:

- > **Primer premio:** IES Besaya, de Torrelavega, «Hacer del consumo un drama», coordinado por Álvaro Rubio Fernández.
- > **Segundo premio:** IES Las Llamas, de Santander, «Ahorrando dinero y energía», coordinado por Antonio J. Santos Polanco.

### Bachillerato:

- > **Primer premio:** IES Leonardo Torres Quevedo, de Santander, «Internet ¿una adicción?», coordinado por José M<sup>º</sup> Iglesias Martínez.
- > **Segundo premio:** IES La Granja, de Heras, «Cocacola o Pepsi, that's the question», coordinado por Marino Pérez Avellaneda.

### Formación Profesional:

- > **Premio a la excelencia y premio ex-aequo:** IES Manuel Gutiérrez Aragón de Viérnoles, «Contracorriente», coordinador por Fernando Portal María.
- > **Premio ex-aequo:** IES Fuente Fresnedo, de Laredo, «Consumo, con sumo cuidado», coordinado por M<sup>º</sup> José Sáiz Rodríguez.

### Educación de Adultos:

- > **Primer premio:** CEPA Cabezón de la Sal, «La pesa será una fiesta», coordinado por Montserrat Aguirre Cabeza.
- > **Segundo premio:** CEPA de Santander, «Consumo y Publicidad», coordinado por Elvira Buelga Terán.

### Educación Especial:

- > **Primer premio:** CCEE Padre Apolinar, de Santander, «La música de los alimentos, si ahora como sano... mañana viviré mejor», coordinado por Dolores Moreno Barrón y Paz San Juan Jiménez.
- > **Segundo premio:** ASPACE, de Santander, «Si consumes pensando, el medio ambiente está salvando», coordinado por Ignacio San Miguel Coca.

# Encuentro Europeo de Profesores Red Temática COMENIUS 3 - E-CONS

El pasado mes de mayo (días 12, 13 y 14) se celebró en Santander un Encuentro Europeo de Profesores que trabajan en temas de Educación del Consumidor. El encuentro tuvo lugar en el Paraninfo de la Magdalena, en Santander, Cantabria. El evento estuvo organizado por la RED E-CONS y se gestó desde la Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria. Al mismo, acudieron 250 participantes de 21 países europeos.

Partiendo de una ponencia marco sobre consumo responsable, el encuentro abordó, fundamentalmente, los siguientes temas: consumir en el siglo XXI, Internet y comercio electrónico, tarjetas de crédito, teléfonos móviles, sobreendeudamiento, publicidad y medios de comunicación.

La RED E-CONS cuenta en la actualidad con 1000 centros escolares de toda Europa, 28 instituciones miembros y 195 colaboradores de 23 países. La Red E-CONS se enmarca dentro de la acción Comenius 3 del programa comunitario Sócrates. Esta acción fomenta la creación de redes temáticas para agrupar y potenciar proyectos Comenius 1 en diferentes ámbitos de interés común. Estas redes tienen por objeto promover la cooperación y la innovación educativa en la educación escolar.

El tema fundamental de esta RED es la Educación del Consumidor. Por lo tanto, la finalidad de la Red E-CONS es impulsar la formación de los consumidores para que actúen de forma consciente, crítica, solidaria y comprometida con su entorno medioambiental; que conozcan sus derechos y que asuman sus responsabilidades en una Europa en proceso de ampliación, dentro de unos valores transversales claramente definidos.



# Decidimos nuestra salud: Hábitos de vida saludables y consumo responsable

El C. P. Villalegre de Avilés, Asturias, desarrolla el Proyecto de Salud y Consumo, denominado «Tú decides tu salud y bienestar: aprendes a nutrirte, consumir y sonreír». Éste tiene como objetivo la adopción de hábitos de vida saludables que conlleven un consumo racional y responsable, reconociendo situaciones y conductas que puedan implicar peligros o riesgos para su salud<sup>1</sup> y ser capaces de enfrentarse a ellas y evitarlas con responsabilidad y con criterios propios.



Así, en el marco del Programa Asturias Espacio Educativo, Acción Educativa para la Salud, convocado por la Administración Autónoma asturiana, trabajamos los temas de nutrición, higiene y consumo responsable, contando con la participación activa de los escolares, las familias, agentes sanitarios y culturales del entorno.

Con esta premisa nos constituimos en grupo de trabajo en torno al tema hábitos alimentarios saludables y dieta equilibrada. Una vez constituido el grupo concretamos, como actividad inicial, la realización de un diagnóstico nutricional del Centro escolar. Para ello diseñamos encuestas incluyendo cuestiones relativas a los distintos nutrientes que los alumnos ingieren durante un día y a los hábitos de consumo referidos, especialmente, a las chucherías. A partir del estudio de los datos cuantitativos de todas las clases del Centro y su representación<sup>2</sup> dedujimos, como conclusión importante, la carencia general del consumo de verduras y frutas y la excesiva presencia de dulces en la dieta diaria de nuestro alumnado. Todo ello confirmado con la problemática que los pediatras del Centro de Salud de la Zona y del Hospital abordan en su actividad cotidiana.

Ante esta situación y para conseguir que todos los niños alcancen plenamente su potencial de salud, en el marco de

una alimentación variada y natural y un consumo responsable, diseñamos un plan de actuación implicando a diferentes áreas curriculares, toda la Comunidad Educativa, profesionales sanitarios, ONGs e instituciones (públicas y privadas). Éste suponía partir del trabajo y la investigación activa por parte de los alumnos<sup>3</sup> tomando como referencia distintas fuentes de información (páginas web, creada por el Grupo sobre los temas de nutrición y consumo y deporte y salud; consulta de bibliografía actualizada etc.). Asimismo la realización de salidas de campo a centros de producción ecológica, de transformación de alimentos y Centros de Formación del Consumo). De esta manera nos especializándonos en el tema «Hábitos saludables en la infancia y alimentos ecológicos». El alumnado pudo conocer la producción de éstos «in situ, la necesidad de utilizar racionalmente los recursos naturales (reutilizando y reciclando residuos en la huerta) y la mejora de la calidad de vida y la salud. Al mismo tiempo con las Visitas a los Centros de Formación los niños pudieron profundizar en el cuidado y protección del medio ambiente, bosque y mar, la recogida selectiva de residuos y reciclado, la producción y etiquetado de alimentos y la compra ecológica y los envases.

Pero lo verdaderamente importante fue la **Semana de la Alimentación y Consumo** por el gran impacto que tuvo a nivel del

Centro Escolar y de la Comunidad Local. Durante la misma nos especializamos en los temas más prioritarios, variados y adaptados, a las diversas necesidades e intereses del alumnado. Las actividades se centraron, fundamentalmente, en la **exposición** de experiencias, trabajos y materiales didácticos realizados por ellos mismos en las aulas y Centros de Formación del Consumidor: características generales de una dieta saludable<sup>4</sup>, el estudio de los cereales, en concreto el pan, importancia de realizar un desayuno completo, los lácteos y sus derivados, el etiquetado de los productos, importancia de las frutas y verduras<sup>5</sup>, el consumo de productos naturales<sup>6</sup>, de productos azucarados, los alimentos consumidos en el recreo y las recomendaciones respecto a las chucherías, refrescos etc. Además se desarrollaron **charlas, mesas redondas (importancia de realizar un desayuno completo y una dieta diaria variada), debates (problemas alimentarios y cambio de hábitos) y talleres con apoyo de todas las entidades colaboradoras en el Proyecto, especialmente personal sanitario y representantes de los Centros de Formación del Consumidor.**

En este sentido hay que señalar la producción de yogur natural, la lectura e interpretación de etiquetas de los distintos tipos de yogures, la cata a ciegas de zumos y frutas y la producción artesanal de postres

a partir de productos naturales y de forma creativa y participativa por parte de todo el alumnado del Centro.



**Otra experiencia**, celebrada en el marco de este evento, fue el **circuito de bicicletas y el taller de relajación**, bajo el lema «**nuevo mi cuerpo, relajo mi mente y cuido mi entorno**». Los alumn@s mostraron a toda la Comunidad Escolar la relación entre hábitos saludables (práctica de ejercicio físico y ocio activo) y medio ambiente; entre consumo responsable y conservación de los recursos (la calidad del aire) al tiempo que la práctica de ejercicios de relajación posibilitan relaciones de equilibrio, respeto mutuo y cooperación entre los niños y niñas.

En este sentido vinculamos la salud de los niñ@s con el consumo responsable, educando para un futuro sostenible porque nuestra Tierra es nuestra vida y formamos parte de ella. En este marco del cuidado del medio ambiente desarrollamos durante el mes de febrero **los talleres de reutilización y reciclado de papel en el Centro**.



Así mismo a través de la s actuaciones del alumnado y de la mesa redonda, celebrada el día 5 de junio de 2005,<sup>7</sup> los niñ@s pudieron apreciar la importancia de la implicación activa de todos los ciudadanos para conservar los recursos, garantizar la salud y el futuro del planeta.

Por otra parte, como muestra de la preocupación por la educación en el consumo responsable, en particular en el consumo de golosinas y el mercado de precios,

elaboramos una ponencia en colaboración con los niñ@s para la participación en las Jornadas sobre la «Importancia para el Consumidor del Mercado de precios»<sup>8</sup>, donde los alumn@s expusieron las actividades concretas encaminadas a adoptar decisiones de compra racional y responsable<sup>9</sup>, sin grandes cantidades de azúcares perjudiciales para nuestra salud. Posteriormente intervinieron en el debate junto con los representantes de otras Comunidades Autónomas. De esta manera impulsamos la participación, responsabilidad e innovación en los temas de salud y consumo que afectan a los escolares, afirmándonos en la práctica de un consumo crítico y responsable.



En lo referente a estas prácticas dos hechos nos llamaron la atención: el interés de los niños/as en la realización de las actividades, ya que en todo momento se mostraron receptivos a su realización y la participación de los padres en todas las actividades programadas. Esto se hizo patente en la colaboración de los trabajos de aula y en los talleres desarrollados en el Centro.

Por último nos impresionó la participación desinteresada de organizaciones y sobre todo la cálida acogida dispensada por el Hospital y la Agencia de Sanidad y Consumo a los niñ@s al igual que el trato cercano de todos los monitores de los Centros de Formación durante las Visitas a los mismos.



Por todo ello podemos concluir que este proyecto tiene resultados positivos para la Comunidad Educativa que no pode-

mos obviar: tomar conciencia de la necesidad de una dieta equilibrada y variada, práctica del ejercicio y un consumo responsable para el desarrollo físico, psíquico y so-



cial de niños/as; fomentar en el profesorado el trabajo en equipo y la innovación metodológica<sup>10</sup> sobre hábitos saludables en la infancia; unir a los niños y niñas de diferentes clases en la realización de un trabajo común; favorecer el aprendizaje de las nuevas tecnologías como herramienta de conocimiento y comunicación; incrementar la participación de los padres/madres, profesionales sanitarios y servicios de protección del consumidor en un trabajo conjunto y, finalmente, hacer de nuestro centro un colegio que trabaja conjuntamente con la comunidad local, regional y nacional para adquirir capacidades y habilidades esenciales para un mejor desenvolvimiento en la vida cotidiana e incluso para fortalecer lazos con otros Colegios de la Comunidad Europea.

Isabel Aguilera Aguilera  
Coordinadora del Proyecto de Salud y Consumo  
C. P. Villalegre de Avilés (Asturias)

1. Tal es el caso de una alimentación inadecuada (dieta monótona, empobrecida con exceso de grasas o azúcares), vida sedentaria y consumo compulsivo, irresponsable y despilfarrador.
2. Véanse los datos cuantitativos y sus representaciones gráficas.
3. Cada alumnos se pudo especializar en un tema; leche, frutas, verduras, azúcares (golosinas), pastas y harinas, grasas saturadas, legumbres, pescado; igualmente medidas concretas para la conservación del medio y los recursos. Posteriormente se realizó una puesta en común de los grupos de trabajo.
4. Elaboración de power point.
5. En español e inglés.
6. En lengua asturiana.
7. En la misma participaron representantes de la Administración Autonómica (Programas Europeos y Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo).
8. Celebrado por parte de la Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo, en Oviedo.
9. Debe existir un mercado y etiquetado de precios de las golosinas.
10. Destacamos la importancia de la experimentación y trabajo empírico relativo a nutrición y deporte, trabajos curriculares en el aula según la edad del alumnado, actividades práctica con experimentos, talleres, debates, mesa redonda, trabajo cooperativo (murales, análisis del etiquetado, investigaciones etc).

# Los DERECHOS de los CONSUMIDORES: Un proyecto de educación del consumidor para un centro de secundaria

El IES Bovalar de Castellón, obtuvo el primer premio, en la categoría de 12 a 16 años, en el concurso «Jóvenes Consumidores 2005» organizado por la Generalitat Valenciana, con un proyecto original, rico en actividades y propuestas, que abordaba los derechos de los consumidores. En este centro la educación del consumidor es, desde hace muchos años, una realidad en sus proyectos educativos. Aquí esbozamos algunas de las líneas del trabajo realizado.

Para comenzar....elegimos contenidos, elegimos objetivos

**Contenidos:**

- > Derechos y deberes de los consumidores.
- > Vías de reclamación.

**Objetivos:**

- > Traducir las leyes a un registro asequible para el alumnado.
- > Fomentar una postura crítica para analizar derechos y deberes del consumidor.
- > Dar a conocer los pasos y vías para reclamar.
- > Difundir lo que han aprendido al resto de la Comunidad Escolar.
- > Fomentar las relaciones interpersonales entre el alumnado.
- > Desarrollar valores de tolerancia, solidaridad, cooperación y respeto que son fundamentales en nuestra sociedad.



El proyecto.....  
contado por Azucena,  
Pilar, María, José y Tania  
(Artículo de prensa  
elaborado por estos  
alumnos)



EL IES Bovalar participó en el concurso «Jóvenes consumidores 2005», para promover la educación del consumidor en los centros educativos de la Comunidad Valenciana. El certamen está financiado por la Consejería de Empresa, Universidad y Ciencia. Este año el tema a trabajar ha sido «Los derechos y los deberes de los consumidores y usuarios».

Con este proyecto nos sentimos muy ilusionados, ya que, a parte de aprender como resolver los problemas que como consumidores se plantean, hemos aprendido las vías para solucionarlos y lo hemos hecho de una manera lúdica, y por lo tanto hemos gozado de lo más.

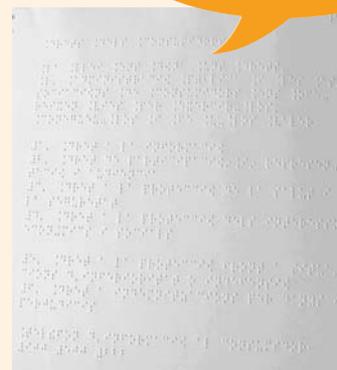
El proyecto ha tenido tres partes:

**PRIMERA PARTE:** La primera ha sido la parte teórica. Hemos recopilado información a través de Internet, de bibliografía, de los Servicios Municipales, de la OCU de la Consejería de Consumo, etc. En clase hemos leído el Estatut de los Consumidores y Usuarios de nuestra Comunidad, comentábamos todos los puntos de los derechos que como consumidores y usuarios tenemos.

**SEGUNDA PARTE:** La segunda parte ha sido práctica, hemos hecho muchas actividades relacionadas con el tema:

- > Modificar la letra de la canción de *Raimon* « SOCIEDAD DE CONSUM » y realizar una « history board » para elaborar un cómic.
- > Reportaje fotográfico.
- > Confeccionar una noticia de prensa.
- > Plantear problemas que nos encontramos con el consumo.
- > Resolución de todos aquellos problemas que nos puedan surgir en un viaje en avión.
- > Charla con el representante de la Oficina del Consumidor y Usuario (OCU) de Castellón, sobre los derechos y deberes del consumidor y usuario, Sr. Juan Carlos Insano.
- > Confección de un díptico.
- > Cartel sobre los derechos del consumidor.
- > Visita a la Oficina Municipal del Consumidor y al CERCA.
- > Elaboración de un juego de los derechos.

El folleto de los derechos de los consumidores en Braille



**LA ÚLTIMA PARTE:** La última parte ha sido divulgativa. Hemos realizado una campaña de concienciación del alumnado del centro para lograr que nuestros compañeros sean unos jóvenes consumidores responsables y críticos.

Lo hemos hecho a través de:

- > **Carteles**
- > **Encuestas**
- > **Programa de radio**
- > **Prensa**

Deseamos que nuestro proyecto guste y sea ganador de un premio, lo cual nos ayudaría a aumentar nuestra autoestima, porque así nos motivaría en nuestros estudios.

Como jóvenes consumidores hemos aprendido a saber usar nuestros derechos y a saber solucionar los problemas que como usuarios podemos encontrar.

Y el profesorado... evalúa

A través de este proyecto hemos logrado motivar a nuestros alumnos, ya que han participado tanto en el proceso de preparación como en la elaboración del trabajo; han aumentado su autoestima al sentirse protagonistas, porque han dejado de ser elementos pasivos, pues han desarrollado la función de transmisores para sus compañeros y para el resto de la Comunidad Educativa; y que todo aquello que han aprendido les sirva para su vida cotidiana.

Se ha pretendido convertirlos en ciudadanos comprometidos con el consumo responsable. Hacemos una evaluación positiva porque hemos logrado que los alumnos difíciles de convencer muestren interés y se han implicado en todo el proceso.

Se han convencido de que pueden hacer cosas bien y pueden ser elementos de transmisión.

Se han sentido valorados, escuchados y admirados por el resto de compañeros y por sus familias.

Sinceramente, vale el esfuerzo que hemos hecho para llevarlo a término.

**Para más información**

**Elena Nebot**  
**IES Bovalar**

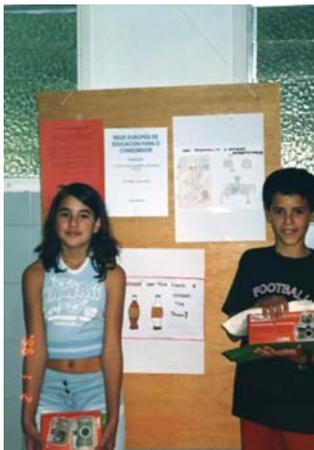
**Partida Bovalar. Quadra 3º (Castellón)**

**Telf. 964 25 75 29**

# Aprendiendo a CONSUMIR

- El curso 2002-2003, el primero de nuestro instituto en la Red Europea de Educación al Consumidor, desarrollamos la investigación de campo que intentaba responder a la pregunta: *¿Sabemos consumir?* Después de un trabajo importante de los alumnos y alumnas de Sociología de Bachillerato llegamos a la conclusión de que las gentes de Viana do Bolo, Vilariño de Conso y A Veiga tenían importantes lagunas en el conocimiento de sus derechos y deberes como consumidores responsables. Los resultados de las encuestas se pueden consultar en la publicación del Instituto Galego de Consumo, donde aparecen las mejores memorias de centros adscritos en Galicia a la Red Europea de Educación para el consumidor del curso pasado.

En el curso 2003-2004, el segundo en la red, intentamos que dentro del sistema educativo del Ayuntamiento se intentase solucionar en parte ese desconocimiento detectado. Incluimos para esto a toda la población escolar, con grupos de padres y madres del programa «Prescolar na Casa», con alumnos del CEIP Bibeí y con alumnos del IES Carlos Casares; incluyendo en este último un grupo de alumnos con necesidades educativas especiales. En paralelo a esto, la formación del profesorado en el campo de la educación para el consumidor completó nuestro trabajo.



Y, más tarde, en el curso 2004-05, para acabar el trienio del proyecto, profesores y alumnos intentamos acercar a los ciudadanos de los ayuntamientos nuestros aprendizajes del curso pasado, para conseguir mejorar los resultados de la encuesta de la que nació el trabajo de estos tres años.

El apoyo, la ayuda y el reconocimiento del Instituto Galego de Consumo supuso un empuje vital para el grupo de profesores que desarrollamos el proyecto y también un acicate para padres y alumnos, que, a pasos agigantados comienzan a tener conciencia de la importancia de su rol como consumidores y la posibilidad de reivindicar sus derechos por medios tangibles y efectivos. Introducir la educación para el consumidor en las tintorerías y en determinadas materias como el inglés y francés, promover la formación del profesorado en temas de consumo, a través del centro de formación del profesorado, realizar alguna actividad formativa para los padres y madres, con la colaboración del ANPA o incidir en los aspectos que relacionan consumo, salud y medio ambiente fueron objetivos fundamentales en esa labor de concienciación en un medio donde estas ideas parecían en un primer acercamiento, un tanto difusas o ajenas.

Organizamos los contenidos en cuatro grandes bloques, intentando poder conseguir aprendizajes eficaces que conllevaran conceptos (conocer lo que es un arbitraje de consumo o lo que es el IGC), procedimientos (saber formular una reclamación o saber interpretar una etiqueta) y actitudinales (reflexionar sobre el impacto

que tiene la forma de consumir en la sociedad, en la salud y en el medio ambiente). Los bloques de contenidos tratados fueron:

- > Derechos y Deberes del Consumidor.
- > Legislación (Estatuto Galego do Consumidor y Usuario).
- > Reclamación y Arbitraje.
- > Seguridad de los productos.
- > Consumo Ético y Responsable.
- > Consumo, Salud y Medio Ambiente.
- > Publicidad.

Dada la variedad de población escolar a la que pretendíamos llegar tuvimos que utilizar metodologías diferenciadas por grupos y dirigidas cada una por subgrupos de profesores y profesoras de la red. En la primera reunión de trabajo quedaron formados los grupos dirigidos a:

- > Padres y madres del programa Prescolar na Casa.
- > Alumnos del CEIP Bibeí de Viana do Bolo.
- > Alumnos del IES Carlos Casares de Viana do Bolo.
- > Alumnos con necesidades educativas especiales del IES Carlos Casares de Viana do Bolo.

Todo el profesorado implicado en la red se incorporó a un Proyecto de formación en centros que trabajó de manera coordinada con las actividades de la red. Además del grueso principal de actividades también pretendemos que la educación del consumidor fuese tratada en nuestros campos (tareas fuera del centro, concursos...), como una temática más, como refuerzo a las tutorías específicas.

Las actividades se desarrollaron desde diciembre de 2003 hasta septiembre de 2004. Las tutorías con alumnos tuvieron lugar en el segundo y tercer trimestre del curso. Al acabar el curso pasado consideramos oportuno formarnos de manera más intensiva de cara a la educación del consumidor. De todas las posibilidades optamos por solicitar un proyecto de formación en centros a la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria. Como el número de profesores para concederlo tiene que ser la mayoría del Claustro, optamos por solicitar uno con temática: «Introducción de los temas transversales en el currículum». El profesorado optó entre tres grupos: Educación para el Consumidor, Educación Medioambiental y Convivencia Escolar. Los miembros de la red nos incorporamos al primero de ellos.

Para trabajar tuvimos reuniones cada 15 días que consistieron básicamente en preparar las tutorías y adaptarlas para cada nivel educativo. En la semana siguiente a la reunión repartíamos los grupos y realizábamos la tutoría preparada con todos los cursos de los dos centros. En la siguiente semana evaluábamos las tutorías. A esto, añadimos tres sesiones de tres horas con una experta en publicidad que nos formó en el propio centro.

El proceso formativo estuvo asesorado por Emilio García del CEFORE do Barco de Valedorras y fué certificado con 50 horas.

Las sesiones con alumnos fueron las siguientes:

### Derechos y Deberes del Consumidor I

En la primera sesión se explicó lo que es la Red de Educación para el Consumidor, y las líneas generales del trabajo a lo largo del curso. A seguir presentamos adecuando la edad media de cada grupo, el Estatuto Galego do Consumo, haciendo hincapié en el concepto de consumidor y usuario. Dedicándonos, en la primera sesión a los artículos 2, 3 y 4.

A continuación pasamos a ver lo que era una reclamación y el sistema de arbitraje de consumo. En los cursos de la ESO proyectamos el vídeo sobre arbitraje del Instituto Galego de Consumo. Luego, mediante juego de simulación, representamos un conflicto en el aula para que los alumnos cubrieran una hoja oficial de reclamación. A los alumnos de Bachillerato se les pidió que la redactasen en inglés. Todas las reclamaciones fueron corregidas y devueltas por los profesores. Finalmente informamos y animamos a usar el teléfono de información al consumidor 900 231123. Encargamos a los alumnos para la siguiente sesión que buscasen en la villa el anagrama del sistema de arbitraje en los establecimientos.



### Derechos y Deberes del Consumidor II

En la segunda sesión comenzamos repasando los aprendizajes de la sesión anterior y comprobando si tenían buscado los establecimientos sujetos al arbitraje de consumo de la localidad. Luego, continuamos repasando con los alumnos los aspectos más importantes del Estatuto. Incidimos en los aspectos de seguridad de productos, pictogramas, etiquetado, artículos de primera necesidad, grupos de protección especial, venta a domicilio y por Internet, etc. Entregamos a cada alumno una fotocopia de los pictogramas de peligrosidad. Los alumnos del primer ciclo de la ESO reprodujeron los pictogramas en el área de educación plástica.



### Publicidad y Comercio Justo

En esta tutoría hablamos algo de la Ley General de Publicidad pero,

sobre todo, nos dedicamos a analizar con los alumnos anuncios publicitarios, intentando identificar los mensajes subliminales que presentan. Utilizamos el debate en gran grupo para hacer aflorar las ideas en el alumnado sobre el tema, ya que el curso pasado ya tenían participado en talleres de la ONG Solidariedad Internacional.

Finalmente, a lo largo del curso se hicieron siete reuniones valorativas del trabajo realizado, al final de las cuales se hizo una puesta en común de las conclusiones obtenidas por todos los participantes. Estos encuentros de profesores tuvieron lugar después de cada tutoría con alumnos.

La valoración a nivel de profesorado, se realizó inicialmente solo en el grupo de profesores que intervinieron en la red. Estuvimos todos y todas de acuerdo en que la respuesta del alumnado fue muy buena, manifestando mucho interés y atención. Luego, presentamos nuestra valoración a los Claustros de

Profesores y Concejos Escolares de los centros.

En el caso de los alumnos, solicitamos de ellos la opinión al respecto, indicándonos la mayoría que consideran este tipo de aprendizajes de mucho interés, y pidiendo que en cursos sucesivos se siguiese trabajando a educación para el consumidor.

En el ámbito de los padres, el grupo que fue más fácil valorar fue el de «Preescolar na casa». En este caso la intervención fue directa con ellos, valorando muy positivamente la información recibida.

# Objetivos del Milenio a través del CONSUMO RESPONSABLE



- Nos complace presentar el material educativo que por segundo año consecutivo llega a sus manos gracias a la colaboración entre la Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y UNICEF.

Este cuaderno para educadores permite trabajar de forma lúdica y participativa el fomento de hábitos críticos de consumo. En esta ocasión hemos vinculado el consumo responsable a la acción ciudadana encaminada al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio adoptados por Naciones Unidas en el año 2005. El cuaderno incluye tres **unidades didácticas** con un diseño detallado, así como la información necesaria para desarrollar sus contenidos.

Se trata de propuestas adaptables a las necesidades y características de cada grupo, y pueden resultar válidas para alumnos de secundaria y últimos años de primaria. Es por tanto un diseño abierto que el educador puede tomar como apoyo para la elaboración de sus propias unidades didácticas, o bien emplear directamente haciendo copias de las partes que sean de su interés.



# El centro escolar C.E.P. Maestro ZUBELDIA L.H.I y los Talleres Itinerantes de Consumo 2004/2005



Durante la semana del 6 al 10 de junio de 2005, el alumnado del colegio público MAESTRO ZUBELDIA L.H.I. (Portugalete. Bizkaia) ha tenido la oportunidad de participar en los *Talleres Itinerantes de Consumo*. Este es un programa ofertado por la Dirección de consumo de Gobierno Vasco, y que se lleva a cabo *in situ* en los propios centros escolares de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Todas las *actividades de formación* llevadas a cabo han tenido el formato de TALLERES PRÁCTICOS, tanto las actividades realizadas con el alumnado como la sesión dirigida a padres y a madres.

## Talleres realizados con el ALUMNADO

### Envases y su reutilización

#### Objetivo:

Conozcan y asuman las ventajas que supone para el medio ambiente la reutilización de los envases.



#### Contenidos:

- > La basura y sus métodos de tratamiento (incineradoras y vertederos).
- > Tipos de envases y sus características (origen, producción y desechado).
- > Reutilización y reciclaje (recogida selectiva).
- > Práctica: *divertidas creaciones a partir de materiales de desecho.*

### Reciclaje de papel

#### Objetivo:

Asuman la importancia que, hoy en día, supone el reciclado como ahorro de recursos, pero potenciando sobre todo, la necesidad de reducir el gasto, en este caso, de papel.

#### Contenidos:

- > Tipos de papel. Gasto económico y ecológico en su fabricación.
- > Proceso de fabricación y proceso de reciclaje.
- > Práctica: *elaboración de papel reciclado.*

### Transformación de las MATERIAS PRIMAS

#### Objetivo:

Conozcan los diferentes pasos en la elaboración de productos manufacturados, valorando su coste económico y medioambiental (agotamiento de recursos naturales, contaminación...).

#### Contenidos:

- > Las materias primas y su transformación.
- > Productos naturales y productos artificiales.
- > Práctica: *elaboración casera de un producto de uso cotidiano (ejemplo: jabón, ambientador,...)*



## Análisis comparativo de ALIMENTOS

### Objetivo:

Adquieran nuevas variables a la hora de elegir un producto alimenticio, dotándoles de capacidades y conocimientos que les permitan realizar comparaciones entre los diferentes alimentos.

### Contenidos:

- > Diferentes variables a la hora de elegir un producto alimenticio (precio, calidad, gusto, publicidad, tipo de envase,...).
- > Análisis de laboratorio para identificar el uso de aditivos.



## Seguridad INFANTIL

### Objetivo:

Aprendan a identificar objetos y situaciones peligrosas, y de este modo eviten posibles accidentes que podrían sufrir dentro de su entorno mas cercano.

### Contenidos:

- > Posibles situaciones de peligro en su entorno mas cercano.
- > Formas de prevención.
- > Productos peligrosos. Identificación de símbolos de advertencia.

## El juego y los JUGUETES

### Objetivo:

Adquieran nuevos criterios, diferentes a los que les aporta la publicidad, a la hora de elegir un juguete o una forma de diversión (juego).

### Contenidos:

- > Variables a tener en cuenta a la hora de elegir un juguete (seguridad, edad, precio, calidad...).
- > Etiquetado de los juguetes.
- > Juegos y juguetes tradicionales.

## El ALUMNADO opina:



### Nora Macho Alonso (5ºcurso):

«...me ha gustado mucho lo que he aprendido en los talleres porque luego me vale para la utilizarlo en la vida diaria...»



### Ander Viñas Martín (5ºcurso):

«...yo he puesto en práctica lo que, este año y otros, he aprendido en los talleres, porque cuando voy al supermercado, por ejemplo, leo toda la información de los productos y al pagar, siempre pido el ticket, bueno esto yo no, esto lo hace mi amama...»

## Taller realizado con PADRES y MADRES

### Objetivos:

- > Sensibilizar a los padres y las madres sobre la importancia de la Educación del Consumo en la escuela al igual que en sus propias casas.
- > Informar acerca de las actividades que se han estado desarrollando con sus hijos e hijas.
- > Aumentar el conocimiento de padres y madres con respecto a determinados elementos y fenómenos adscritos al consumo como son la alimentación y la salud, o la influencia de la publicidad.
- > Proporcionarles herramientas que les permitan transmitir de manera eficaz algunos mensajes acordes con la educación para el consumo y la salud.

Los padres y las madres del alumnado del colegio MAESTRO ZUBELDIA L.H.I. han tomado parte en el siguiente taller práctico:

## Saber alimentar bien a nuestros HIJOS e HIJAS

LOS PADRES y LAS MADRES han participado en un taller sobre alimentación, donde mediante dinámicas prácticas han trabajado:

- > la rueda de los alimentos,
- > las enfermedades derivadas de carencias nutricionales,
- > la importancia del desayuno
- > y los aditivos alimentarios.

Una vez finalizado el taller, se han podido llevar un *díptico informativo* que recogía *orientaciones educativas* para transmitir adecuadamente, a sus hijos e hijas, la importancia de alimentarse de manera equilibrada.

## Los PADRES y las MADRES opinan:



### Esther Irastorza (Madre de alumno de 3er curso):

«...me ha parecido muy interesante el taller...» «...en una próxima ocasión me gustaría poder tomar parte en un taller sobre reciclaje...»

### Marino Allende (Padre de alumno de 3er curso):

«...me ha parecido muy importante conocer lo que cada alimento aporta a nivel nutricional...» «...sería interesante que este tipo de actividades tuviesen mayor duración...»



# Campaña de prevención de accidentes de tráfico: «Vive para contarlo»

- Hablar de educación del consumidor es hablar de todas las acciones educativas dirigidas a todos los ciudadanos, sobre todo a los de edad más temprana para que puedan obtener conocimientos, desarrollar hábitos y actitudes críticas y responsables. Los medios más idóneos para llevar a cabo ésta Educación del Consumidor son los centros educativos.



Con el fin de incluir la Educación del Consumidor en los diferentes niveles de enseñanza obligatoria, durante este curso escolar 2004-2005 se ha llevado a cabo una experiencia, en nuestra Comunidad Autónoma de Extremadura, en relación con la implicación, coordinación y colaboración de tres Consejerías sensibilizadas con la importancia que la educación del consumidor.

**En la Ley 6/2001, de 24 de mayo del Estatuto de los Consumidores de Extremadura**, en su artículo 3, se reconoce como derecho básico de los consumidores, la defensa y protección frente a los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad, concebida aquella de forma integral. Su artículo 5, reconoce una protección especial para el colectivo de los menores de edad.

Atendiendo al derecho a la información y educación como se recoge en el **Capítulo III**, y más concretamente en el artículo 15, sobre derecho a la educación y formación permanente, se desarrollan actividades para reforzar y consolidar dicha educación a través de programas y campañas, en colaboración con diferentes estamentos.

En base a ello y como complemento a las actuaciones que se vienen desarrollando en el Programa Experimental «La Educación Vial en la Escuela», mediante convocatoria a todos los centros participantes, se ha desarrollado la Campaña de Prevención de Accidentes de Tráfico **«VIVE PARA CONTARLO»**.

Los objetivos que se han pretendido conseguir son:

- > *Sensibilizar al alumnado para desarrollar actitudes y conductas positivas hacia la prevención de los accidentes de tráfico.*
- > *Concienciar al alumnado sobre las consecuencias derivadas de los accidentes de tráfico.*
- > *Sensibilizar al alumnado sobre la problemática de las personas con discapacidad.*

La Consejería de Sanidad y Consumo a través de la Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria ha pretendido concienciar al alumnado de centros de educación primaria sostenidos con fondos públicos sobre consecuencias y problemáticas de los accidentes de tráfico, sensibilizándolo hacia conductas positivas para prevenirlos.

A través de los trabajos presentados por los centros escolares que voluntariamente han participado en la campaña, estos fueron valorados el día 29 de julio de 2005 por una comisión constituida por miembros de la Consejería de Sanidad y Consumo, la Consejería de Educación, Consejería de Presidencia a través de la Academia de Seguridad Pública de Extremadura y la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLEME).

El premio de la convocatoria ha consistido en una dotación económica de 1.000 euros para cada centro escolar. Estos fondos deben destinarse a la adquisición de material educativo para el centro o para sufragar los gastos de actividades complementarias.

**Han resultado premiados los siguientes centros escolares:**

- > Colegio de Educación Especial «Nuestra Señora de la Luz» de BADAJOZ
- > Colegio «La Asunción» de CÁCERES
- > C. P Francisco Giner de los Ríos» de MÉRIDA



Todos los centros han recibido el correspondiente certificado de participación y como acto de clausura, el pasado día 20 de octubre de 2005, se ha realizado la entrega de premios y diplomas de participación, pretendiendo que este día fuese una jornada de convivencia entre los alumnos y profesores coordinadores, junto con las autoridades representativas de cada Consejería y Asociación.

A la jornada ha asistido un determinado número de alumnos, en representación de cada colegio escolar, tanto participantes como premiados, al objeto de darse a conocer, intercambiar experiencias, saber de sus trabajos y cómo no, pasar una jornada lúdica en compañía de sus iguales. Del mismo modo esta jornada ha pretendido extenderse al nivel de los profesores representantes de los centros y coordinadores de la campaña. Sintetizando, podemos decir que ha resultado una experiencia muy enriquecedora.

Desde aquí queremos agradecer la participación de todos los alumnos ilusionados en las actividades y trabajos que han realizado, esperando que en próximas ediciones el número de participantes sea más numeroso.

Queremos por último hacer mención (aparte de los ya enunciados como premiados) a los centros escolares participantes en esta Campaña:

- > Colegio Público «Puente Real» de BADAJOZ
- > Colegio Público «Fray Juan de Herrera» de HERRERA DEL DUQUE
- > Colegio «María Auxiliadora» de MÉRIDA
- > Colegio «Santa Eulalia» de MÉRIDA
- > Colegio Público «Dion Casio» de MÉRIDA
- > Colegio Público «Santiago Apóstol» de VILLANUEVA DE LA SERENA
- > Colegio Público «Fernández y Marín» de TALARRUBIAS



# Sobre la vuelta al colegio... y las posibilidades que ésta ofrece para la educación y la comunicación con los chicos

■ La reincorporación de los escolares al estudio plantea dificultades de adaptación para muchos de ellos y para sus familias, además de un esfuerzo económico que en muchos casos constituye una carga importante. Pero las cuestiones que plantea la vuelta al colegio pueden abordarse reflexivamente y con serenidad, aprovechando la ocasión como un momento más para la educación y la comunicación con los hijos.

El momento en que chicos, chicas y adolescentes vuelven al colegio a principios del otoño supone para muchos de ellos y de sus padres un momento de relativa conmoción. El tratamiento de este hecho, que no es nuevo pero experimenta modificaciones según evoluciona la sociedad, merece un apoyo periódico desde una perspectiva de formación del consumidor.

Por ello, renovando materiales anteriores sobre este momento de la vida escolar, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha editado un folleto, «*¡De vuelta al cole! Algunas ideas sobre la vuelta de los chicos y chicas a clase*», que aborda la cuestión desde una perspectiva pensada para ser útil a los padres respecto a las cuestiones relacionadas. El folleto fue presentado en un acto público por el Consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, a principios de septiembre como parte de una campaña informativa sobre la vuelta de los escolares al colegio.

Por una parte, en el regreso a clase entran en acción las implicaciones afectivas que se producen en chicas y chicos al alejarse de su entorno familiar y pasar buena parte del día en un ambiente colectivo. Es así, en buena medida, porque en ambos lugares se dan aspectos cálidos, divertidos y de protección; o de exigencia e incluso de violencia; y el paso de uno a otro implica transiciones y adaptaciones que crean expectativas y, a veces, pueden producir incomodidad en el alumno.

Luego está la expectativa de los padres y de las madres para que sus hijos tengan unas buenas condiciones de vida. Esto, que es absolutamente natural, en muchos casos se hace equivalente a una búsqueda extrema de «lo mejor» para chicos y chicas lo que, a su vez, se asocia implícitamente a: la mejor

ropa, los mejores zapatos, el mejor colegio. . . Todo ello, claro está, hasta donde lo permita la economía familiar o, algunas veces, incluso más allá de sus límites.

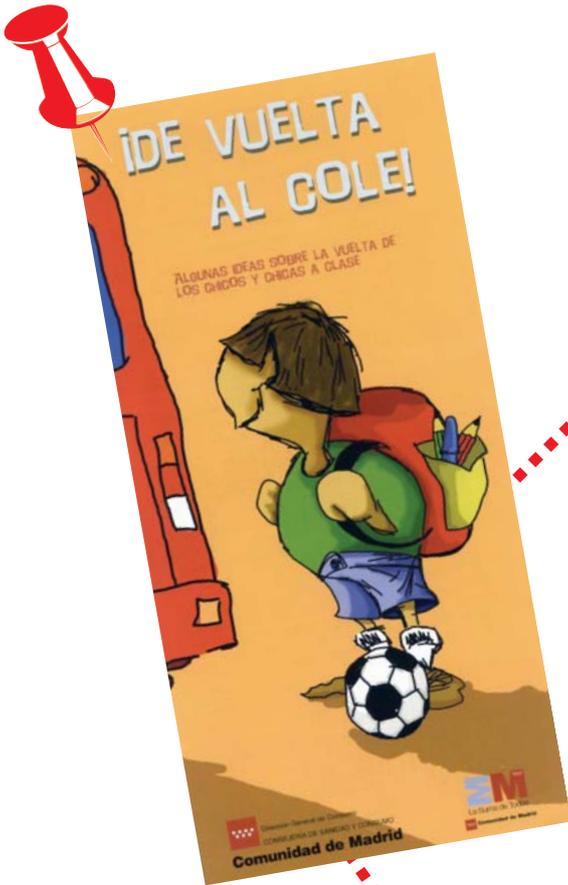
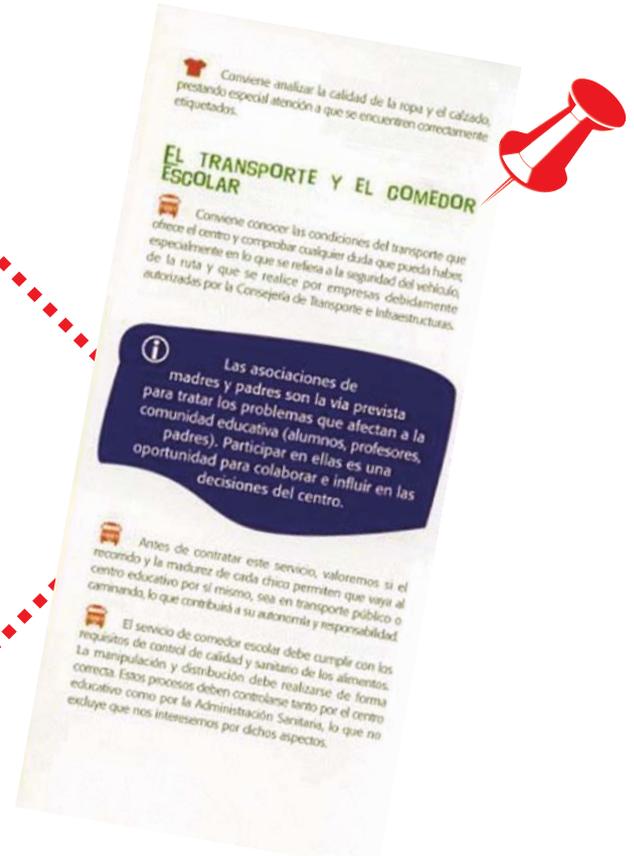
Este fenómeno de imparable búsqueda de «lo excelente», tan generalizado, tiene su origen, en parte, en ciertos valores compartidos por la opinión pública de nuestra sociedad, continuamente expresados y reformulados en los medios de comunicación bajo la forma de publicidad, opiniones o «consideraciones económicas» que operan como motores o activadores de lo comúnmente aceptado. Y para muchos ciudadanos-consumidores resulta difícil encontrar una posición personal frente a estos mensajes.

Por eso en el folleto se ha intentado transmitir un contenido que, en su brevedad, aporte alguna reflexión que ayude a las madres y a los padres a tratar determinados aspectos de todo aquello que influye sobre el momento del retorno al colegio. También se dan consejos de tipo práctico respecto a las relaciones de autoridad con los hijos, la exagerada orientación con que estos tienden a «imponer» a los padres la compra de marcas o el uso sin control del teléfono o internet. El momento de vuelta al colegio, adecuadamente enfocado, puede ser una buena manera de preparar el curso y de adquirir valiosos hábitos de orden y comprensión de la realidad.

El folleto se ha distribuido durante el mes de septiembre a todas las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y Oficinas Regionales de Información al Consumidor, así como a otros puntos de información, además de a las Asociaciones de Consumidores y de otro tipo en el territorio de la Comunidad de Madrid.

## Algunas ideas sobre la vuelta de los chicos y chicas a clase

El regreso a los estudios despierta en chicos y adolescentes ilusión, temor o, a veces, indiferencia. No hay nada tan positivo ante ese reencuentro con la escuela como el apoyo y la comprensión que podamos mostrar los padres. Y, ante cualquier problema, no hay que vacilar en acudir a los distintos profesionales del centro educativo, o a las autoridades de la administración competente en cada materia, si esto fuese necesario...



## La ropa y el calzado

La ropa y el calzado no son elementos directamente vinculados con el nuevo curso, pero son necesarios. La influencia de la publicidad y de los compañeros del grupo llevan a muchos adolescentes y preadolescentes a exigir marcas o calidades específicas. Aunque podamos afrontar el gasto extra, importa que seamos tan capaces de escucharles con comprensión como de razonar con ellos y, llegado el caso, tener la firmeza de ponerles límites.

## La extraordinaria actividad extraescolar

Lo que pueden ser unas actividades que completan la formación, y a veces contribuyen al disfrute de los más jóvenes, pueden convertirse en una carga generadora de ansiedad. Es bueno considerar los motivos por los que les inscribimos en actividades tan diversas. Permitamos que tengan su tiempo libre.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DEL CONSEJO DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- Asociación de Amas de Casa y Consumidores - Usuarios de Madrid (AACCU).  
Tel: 91 531 01 48
- Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Madrid (CECU-MADRID).  
Tel: 91 364 02 75 / 91 364 05 22
- Federación de Usuarios Consumidores Independientes de la C. M. (FUO-CICM).  
Tel: 91 564 01 18
- Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).  
Tel: 91 300 00 45 / 902 300 187
- Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid (UICF-CM).  
Tel: 91 713 07 70/ 91 713 02 33

SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Ayuntamiento	Teléfono	Ayuntamiento	Teléfono
Ayuntamiento	91 884 99 28	Municipio de San Sebastián	91 627 82 55
Alcalá de Henares	91 877 17 30	Municipio de San Vicente	91 678 13 98
Alcobendas	91 663 70 01	Monasterio	91 842 79 10
Alcorcón	91 864 84 76	Móstoles	91 664 70 27
Algeciras	91 838 08 71	Navecarrom	91 832 19 91
Aljovar	91 809 03 80	Parla	91 898 67 11
Alpedázar del Rey	91 871 73 76	Pinto	91 248 28 08
Boadilla del Monte	91 834 93 25	Polanco de Alarcón	91 452 27 26
Brihuega	91 815 90 66	Rivas Vaciamadrid	91 660 27 77
Carpintería	91 893 00 04	San Agustín de Guadalupe	91 841 80 00
Carrizo Vialba	91 869 98 00	San Fernando de Meneses	91 673 74 62
Columbrietas	91 845 00 53	San Lorenzo del Escorial	91 890 26 44
Costa	91 627 82 58	San Martín de la Vega	91 804 61 11
El Escorial	91 890 10 80	San Sebastián de los Reyes	91 639 71 00
Luznábrada	91 649 70 27	Santa Cruz de la Zarza	91 812 80 00
Galapagar	91 818 22 58	Torrejón de Ardoz	91 656 69 69
Getafe	91 252 79 63	Torreón de Ardoz	91 856 21 46
Grobo	91 814 00 14	Torreón de Ardoz	91 841 80 14
Humanes de Madrid	91 498 20 69	Tras Carrizo	91 290 80 51
Las Rozas	91 642 29 00	Vadarrama	91 807 72 96
Leganés	91 248 90 00	Villanueva de la Cañada	91 811 73 15
Madrid	010	Villanueva del Pardillo	91 870 09 23
Madrid	91 879 59 88	Villavieja de Ocho	91 631 91 58

TELÉFONO DEL CONSUMIDOR: 900 77 57 57

# Actividades de Educación del Consumidor en el municipio de Zuera (Zaragoza)

- La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) del Ayuntamiento de Zuera (Zaragoza), comenzó su andadura al servicio de los ciudadanos de ese municipio en el año 2002. Ya desde sus
- inicios uno de sus objetivos prioritarios ha sido la educación de los consumidores más jóvenes, especialmente desde el ámbito escolar en colaboración con el profesorado.

Se comenzó impulsando la participación de los escolares en las diversas actividades educativas de consumo organizadas por la Dirección General de Consumo (Certámenes, concursos, subvenciones a proyectos educativos de consumo, etc.) Por todo ello se consideró que a través de la Red de Educación del Consumidor podría encontrar los recursos más adecuados para potenciar esta tarea, ya que dentro de pocos años, estos escolares formarán parte de la población adulta que es la que con más frecuencia demanda los servicios de las oficinas municipales de información al consumidor.

Así el pasado año solicitó su adhesión a la Red.

Una de las actividades más demandadas son los Talleres-Aulas de consumo. Los centros escolares de Zuera acogen año tras año con una excelente disposición estas actividades cuyos temas, propone y organiza la responsable de la Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento, de acuerdo con las consultas y problemas de consumo detectados en la localidad.

Se han impartido durante todo el año escolar, y han participado alumnos-as desde los seis a los doce años. Un aula taller para cada edad.

Durante el curso escolar 2004-2005 se han realizado las siguientes:

## 1º y 2º de Educación Primaria: «Vamos de Compras»

> **Objetivo:** Se trata de un primer acercamiento al euro y a la actividad principal de la compra a partir de un juego, en el que unos alumnos/as son vendedores, otros son banqueros y otros consumidores.

> **Materiales:** Se utilizan los propios del centro (mercadillos de juguete) y otros que aportan los alumnos, además del Euro moneadero proporcionado por la Dirección General Consumo del Gobierno de Aragón.

> **Duración:** Se trata de un taller de dos horas de duración.



Exposición trabajos presentados al concurso.

## 3º de Educación Primaria: «Seguridad y reciclado de juguetes»

> **Objetivo:** Concienciar y sensibilizar de la importancia del reciclado para el medio ambiente, así como aprender a distinguir los juguetes seguros, de los que no lo son.

> **Materiales:** Los alumnos traen materiales de deshecho de casa (cartones, plástico...) y se les enseña a realizar pequeños juguetes o adornos con ellos.

> **Duración:** Actividad de dos horas de duración.

## 4º de Educación Primaria: «De etiqueta»

> **Objetivo:** Inculcar al alumnado el hábito de consultar la etiqueta de los productos que habitualmente consume, potenciando, además, la imaginación al confeccionar ellos su propio etiquetado de un producto inventado.

> **Materiales:** Envases vacíos que aportan los alumnos y material educativo del centro.

> **Duración:** Dos horas.



Aulas Taller reciclaje Ontinar de Salz.

### 5º y 6º de Educación Primaria: «Consumo responsable»

> **Objetivo:** Sensibilizar al alumno-a en adquirir unos hábitos de consumo responsable del agua, la electricidad, el papel...

> **Materiales:** Cintas de vídeo VHS, cámara, materiales aportados por los alumnos-as.

> Grabación de consejos sobre consumo responsable por grupos, tras la explicación teórica de la Técnico de consumo.

> **Duración:** Cuatro horas, aproximadamente.

Han participado más de 300 alumnos.

También estas actividades escolares se complementa con aulas formativas para mayores, habida cuenta que la educación en valores debe trascender del ámbito escolar y completarse en el hogar. La formación de los padres, madres y abuelos es el complemento más adecuado.

Es de destacar también la gran participación en el certamen realizado con motivo de la celebración del 15 de marzo «Día Mundial del Consumidor».



Entrega de diplomas y premios concurso «Día Mundial del Consumidor».



Educación del Consumidor: Charla Asociación Amas de Casa Ontinar de Salz.

La coordinadora de los proyectos educativos de consumo es Silvia Martín Hernández, responsable de la Oficina de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Zuera que, agradece la buena disposición, participación y colaboración de los tutores y profesores de los centros educativos donde se imparten: Colegio Público Odón de Buen, Colegio Nuestra Señora del Pilar, Colegio San Gabriel y C.R.A. Ontinar de Salz.

Zuera es una localidad de la provincia de Zaragoza a unos 25 kilómetros de la capital y con una población aproximada de 6.000 habitantes.

**Los datos de la OMIC son:**  
**Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de ZUERA**  
*Técnico responsable:* Silvia Martín Hernández  
 Dirección: C/ Jorge Luna, 3.  
 50800 Zuera (Zaragoza)  
 Teléfonos: 976 68 11 19//68 00 02

# ¡No seas lechug@! Consume hortalizas y verduras

*Breve crónica del proyecto de consumo del C.R.A. «Los Carrascales» de Matilla de los Caños del Río (Salamanca)  
por M<sup>a</sup> Gloria Turrión García, coordinadora del proyecto.*

- Somos el «C.R.A. Los Carrascales» de Matilla de los Caños del Río de la provincia de Salamanca
- que engloba a las localidades de: Vecinos, Narros de Matalayuegua, Villalba de los Llanos, Carrascal del Obispo y Matilla de los Caños. Tenemos también el primer ciclo de la E.S.O., de ahí que nuestra
- experiencia englobe a todos los ciclos.

Una de las principales y más hermosas tareas educativas consiste en preparar para la vida, es decir, para afrontar la integración en el medio social con recursos suficientes para convivir y para convertirse en un ciudadan@ activo y dinámico. **En la preparación para la vida, la educación para el consumidor juega un papel esencial.**

Toda actividad de educar para el consumo será doblemente interesante porque favorecerá un concepto práctico de la educación y del aprendizaje a través de la experiencia. Apuntando hacia un modelo de escuela abierta conectada con el entorno, acercando a nuestros alumn@s hacia una realidad del medio natural y social.

De ahí que consideremos este tema transversal como tema globalizador que agrupa e integra los demás temas transversales.

Articulando y uniendo las experiencias en un proyecto interdisciplinar que desarrolle el eje transversal de educar para el consumo, integrando en el mismo aspectos de educación para la salud y educación medioambiental.

Para ello pretendemos conseguir un desarrollo integral de nuestros alumn@s, facilitándoles unos conocimientos básicos que les permitan afrontar, con actitud crítica y selectiva, la información que les viene de los medios de comunicación y de la sociedad; y crear en los alumn@s una actitud consumerista, es decir crítica y racionalizadora con respecto al fenómeno del consumo. Aprender a consumir racionalmente es aprender a vivir con calidad.

Estos objetivos y otros muchos se han conseguido a través de la creación de diferentes talleres y actividades. Entre las principales actividades desarrolladas podemos citar las siguientes:

## TALLER INVERNADERO:

### Objetivos

- >Conocer los aspectos relacionados con el invernadero.
- >Analizar distintas intervenciones de abonos en el suelo.
- >Conocer sistemas de riego (goteo).
- >Conocer nueva tecnología aplicada a sistema de riego (reloj).
- >Montaje Invernadero y posibles arreglos del mismo.
- >Manejar diferente instrumental del invernadero.
- >Aplicar plásticos para mantener humedad en las plantas.
- >Aplicar abonos naturales para el suelo.
- >Estudiar el ciclo vital de las plantas: influencia de la humedad, la luz y la temperatura.
- >Sensibilizar y responsabilizar a los alumnos en el cuidado de las plantas.
- >Apreciar la importancia de la labor agrícola.
- >Respeto por el medio ambiente.
- >Ser conscientes de que el agua es un bien común.
- >Valorar el entorno como fuente natural de productos a consumir.
- >Cultivar hortalizas y verduras.
- >Cuidado de las plantas según la época del año.



Este taller es el eje troncal de donde parten el resto de talleres y actividades a realizar. Desde el área de tecnología, los alumnos de 1º y 2º de E.S.O. realizaron el estudio de un invernadero ( proyecto, bibliografía, internet,...). Montaron los plásticos en la estructura. Realizaron un estudio del agua como bien común y sus formas de ahorro desde el área de Ciencias Naturales. A través del área de Informática descubrieron la existencia de tecnología aplicada al invernadero (reloj). Desde el área de Plástica y Audiovisual se realizaron filmas y fotografías para visualizar el proceso de crecimiento de las plantas, recolección, etc...

Todos los alumnos del C.R.A. han visitado el invernadero bastantes veces a lo largo de todo el proceso; bien para la creación de semilleros, para quitar hierbas, transplantar, recolectar, etc... Se plantaron plantas : lechugas, acelgas, pimientos, tomates, ajos.

## TALLER DE INFORMACIÓN

### Objetivos

- > Conocer plantas de nuestro entorno como producto natural a consumir.
- > Reconocer distintas hortalizas y verduras en su hábitat.
- > Aprender la selección de semilla, planta, recolección.
- > Conocer la implicación de estas plantas en la salud.
- > Analizar nuestros productos con otros productos en el mercado.
- > Aplicar los conocimientos adquiridos a la vida ordinaria.
- > Conocer tradiciones culturales y antropológicas de nuestro pasado.
- > Conocer tradiciones culturales de nuestro país en relación con hortalizas y verduras (tomatina...).
- > Identificar diferentes productos del mercado relacionados con nuestros productos.
- > Elaborar sus fichas personales del trabajo del huerto.
- > Buscar adivinanzas de hortalizas y verduras.
- > Elaborar un registro de cultivos.
- > Crear ficha metereología.



En este taller se han desarrollado diferentes actividades; desde la visita al invernadero donde han podido plantar, recolectar, regar, etc dando paso a la realización de diversas actividades prácticas, hasta la implicación de todo el resto de áreas. En ellas se han realizado fichas y carteles informativos que han sido expuestos en los centros primero y posteriormente en una gran exposición en la cabecera del CRA.



## TALLER DE TRANSFORMACIÓN

### Objetivos

- > Desarrollar la capacidad de observación de los diferentes elementos que componen la naturaleza y las bases necesarias para la comprensión de los mismos.
- > Crear en los alumnos actitudes críticas ante el entorno y el consumismo.
- > Fomentar un respeto hacia la naturaleza que lleve a comportamientos positivos.
- > Conocer las principales aplicaciones de las plantas.
- > Analizar situaciones de seguridad en una actividad tan cotidiana como es el cocinar.
- > Utilización y lavado de los utensilios y de sencillos aparatos domésticos.
- > Establecer normas básicas de higiene en la cocina.
- > Transformar uno de nuestros productos naturales en otro.

En este taller al igual que en los anteriores, las actividades que se han realizado han sido de observación, estudio, participación, concienciación, creación. La actividad principal de este taller ha sido la elaboración de **Tomate frito natural**. Los alum@s han realizado todo el proceso de transformación de nuestros tomates, en tomate frito. Tod@s han colaborado en tareas como trocear, pelar, cocer, triturar, lavar...

## TALLER DE ENVASADO Y CONSERVACIÓN

### Objetivos

- > Transformar los productos en la cocina e incluirlos en la dieta alimentaria personal.
- > Conocer las formas de conservación natural (baño maría, congelación, vacío, secado) de nuestros productos.
- > Conocer sus usos en la antigüedad.
- > Identificar diferentes tipos de envasados de productos (Plásticos, cartón...)
- > Valorar el tipo de envasado con el medio ambiente.
- > Identificar conservantes artificiales.



En este taller cada alum@ ha envasado en un tarro de cristal el tomate frito realizado por ell@s, han conocido las diferentes formas de conservación del mismo. A la vez han conocido la forma de guardar y conservar los ajos, realizando ellos mismos las ristras de ajos.

## TALLER DE ETIQUETADO

### Objetivos

- > Comparación de etiquetas de productos en el mercado.
- > Etiquetado de nuestros productos.
- > Comprobar y analizar etiquetas de distintas marcas de tomate frito.
- > Realizar la etiqueta de nuestros productos.

Después de establecer una campaña publicitaria para nuestros productos, se llamó a nuestro tomate frito: **Tomatina Carrascalina**.

## TALLER DE DEGUSTACIÓN

### Objetivos

- > Comprobar el producto transformado.
- > Comparar con otros productos del mercado: textura, color, sabor, conservantes...
- > Importancia de la alimentación en la salud y en el adecuado desarrollo del organismo.
- > Fomento del consumo de hortalizas y verduras.

En este taller los alum@s degustaron la **Tomatina carrascalina con patatas fritas**, realizadas por ell@s mismos, en una gran merienda común.

# Proyecto de magia educativa en los centros escolares de Primaria

- Este proyecto educativo se ha desarrollado en los principales centros escolares de Primaria de Arnedo, Calahorra y Haro, organizado por las Oficinas Municipales de Información al Consumidor de estos municipios y subencionado parcialmente por el Servicio de Comercio y Consumo del Gobierno de La Rioja.

El teatro para niños Con-Suma Magia es una puesta en escena basada en Magia Educativa que transmite, comunica y educa en los valores y conceptos propios de Consumo.

En este proyecto han participado un total de 1.925 alumnos de los distintos centros educativos de Primaria de los municipios de Arnedo, Calahorra y Haro.

Esta actividad se desarrolla a través de una puesta en escena con carácter educativo que recoge distintos aspectos del consumo (evolución del consumo, consumismo, consumidor, derechos y deberes, dónde nace el consumo, centros de información, publicidad engañosa, etc.), basada en diferentes efectos mágicos, adaptados y guionizados especialmente bajo la temática del consumo, que al despertar sorpresa y emoción en los alumnos provocan un aprendizaje instantáneo de los conceptos transmitidos.

Los conceptos se han desarrollado a través de las siguientes escenas:



## Historia del consumo

Evolución del trueque hacia el intercambio de dinero por cosas ó servicios. Realización de un efecto mágico con la participación de dos niños que combina dos elementos que en el pasado eran intercambiados entre sí.

## Aparece el dinero en escena

Efecto mágico en el que un billete se transforma visiblemente en otro objeto susceptible de ser comprado.

## La indefensión del consumidor frente a abusos de los comerciantes

Escenificación de la sensación de impotencia e indefensión que un consumidor puede tener cuando es víctima de comerciantes sin escrúpulos a través de un juego mágico con la participación de dos niños.

## Creación de los organismos de consumo para la defensa de los consumidores, tras la explicación por parte del mago de su naturaleza, funciones y cometidos

## Los derechos y deberes de los consumidores

Repaso de los derechos y deberes de los consumidores y escenificación a través de un juego de magia con la participación de un niño, de la venta de un artículo que no funciona y su posterior reclamación.

## Publicidad engañosa

Escenificación de la venta de un juguete que en los anuncios de televisión «jugaba sólo», pero que en realidad, es el niño el que tiene que hacer que se mueva y cobre vida.





### Consumo de bienes globales

Escenificación de cómo, además de juguetes y golosinas, consumimos más cosas, como por ejemplo, agua. A través de un juego de magia, se pone en escena cómo el agua está en el mundo pero puede desaparecer si no tenemos cuidado y la depuramos para que nos sirva más de una vez.

### Concienciación de las consecuencias de ser consumidores

Al consumir, se genera basura, pero en la medida en que aprendamos a reutilizar, reducir y reciclar esa basura, lograremos que la naturaleza no se destruya. Escenificación a través de la magia de un elemento que se rompe, y ya no sirve, pero al reciclarse, aparece otra vez entero.



### Participación

En Haro han participado un total de 375 alumnos de los siguientes colegios:

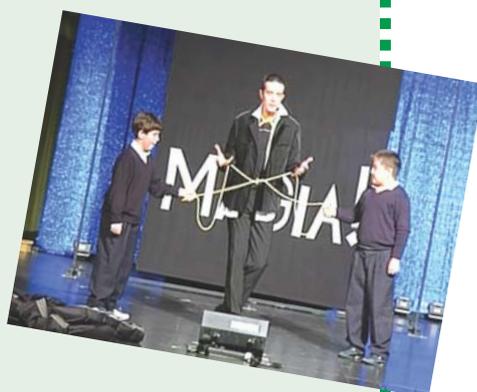
- Nuestra Señora de la Vega*
- San Felices de Bilibio*
- Sagrado Corazón*

En Arnedo han participado un total de 600 alumnos de los siguientes colegios:

- La Estación*
- Antonio Delgado Calvete*
- Sagrado Corazón de Jesús*

En Calahorra han participado un total de 950 alumnos de los siguientes colegios:

- San Agustín*
- San Andrés*
- Santa Teresa*
- Aurelio Prudencio*
- Quintiliano*
- Milagrosa*
- Angel Olivan*



Como conclusión, a través de esta actividad educativa, se plasma la evolución del consumo desde el trueque hasta el consumismo actual, con el mensaje de que cuánto más sepamos nuestros derechos y deberes mejores consumidores seremos.



# Todos formamos parte del consumo

- La Oficina Municipal de Información al Consumidor del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife está realizando talleres de educación en materia de consumo para colectivos específicos y asociaciones de vecinos.



Desde el 11 de julio se viene llevando a cabo en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (O.M.I.C) del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, el desarrollo e impartición de talleres de educación en materia de consumo dirigido a colectivos específicos y Asociaciones de Vecinos de este Municipio, dentro del marco de un Proyecto en colaboración con el Servicio Canario de Empleo. Este Proyecto novedoso se desarrolla con el apoyo de un equipo docente especializado en estos colectivos que aportan gran dinamismo al mismo con ideas de formación vinculadas al Consumo, está formado por cuatro educadoras y 3 auxiliares de apoyo para la captación y selección de datos estadísticos para elaborar las necesidades reales de tales colectivos en este campo. Está integrado por:

- > Teresa de Jesús Godoy García.
- > Agustina Valverde Calderón de la Barca
- > Ana Mercedes Martín Izquierdo
- > Yurena Martín Núñez
- > Mónica de la Rosa Armengod
- > Beatriz Hernández González
- > Esther Araceli Guillén Díaz

El objetivo general es informar y educar a los ciudadanos para la práctica de un consumo responsable, para lo cual se ha contratado a un equipo docente especializado, al que se ha formado y documentado en esta materia.

El fundamento del mismo lo encontramos en diferentes textos legales como la Constitución Española o la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, en las que se recoge como derecho fundamental de cualquier ciudadano, la **Formación y Educación al Consumo**, destacando una atención concreta para aquellos colectivos de circunstancias especiales. Por otro lado, el Diseño Curricular Base de nuestro Sistema Educativo establece la misma como área transversal e interdisciplinar a trabajar desde la escuela.

Los talleres se están impartiendo en el Municipio de Santa Cruz de Tenerife, dirigidos por un lado a las Asociaciones de Vecinos y por otro a colectivos específicos como personas con Discapacidad Psíquica y Tercera Edad.

Los temas a tratar son : «**Alimentación y etiquetado**», cuyo objetivo general a alcanzar es «saber alimentarse equilibradamente, optar de forma responsable ante las formas de nutrición y consumo y conocer la información obligatoria que debe constar en la etiqueta», a través del trabajo de diferentes contenidos entre los que destacan concepto de alimentación, tipos de alimentos según su origen, nutrientes según su función, la pirámide alimenticia y elementos de la etiqueta...; «**Servicios Públicos**» con el que se pretende «concienciar sobre la importancia de un adecuado conocimiento y utilización de los diferentes servicios públicos que nos ofrece nuestra comunidad, así como un uso responsable de los mismos.»

se profundiza en el agua, la electricidad y el tranvía que en un futuro próximo circulará por las calles de la ciudad. Por último «**Reciclaje**» que persigue «desarrollar una conciencia clara de las relaciones consumo-degradación ecológica,» con un acercamiento al conocimiento y uso de los contenedores de recogida selectiva de basura, medidas a tomar para reducir la montaña de basura y otros factores que agreden el medio ambiente, así como los conceptos de reutilización, reducción y reciclaje.

En total se ha contactado con cuarenta y cuatro Asociaciones Vecinales, once Centros de Atención a la Tercera Edad y tres Centros de Atención a Personas con Discapacidad Psíquica del municipio, informándoles y dándoles a conocer el proyecto.



Para la ejecución de los mismos, se está trabajando partiendo de las características y necesidades de los colectivos a los cuales va dirigido. En esta línea, en las Asociaciones Vecinales se intenta transmitir la información a partir del diálogo y la resolución de dudas que planteen sobre los temas ofertados

El trabajo en los Centros de Atención a la Tercera Edad busca ofrecerles la misma información con una línea de trabajo similar, pero desde una perspectiva más amena, usando su experiencia vital para comparar la evolución en el tiempo de los contenidos que se quieren transmitir.



Por último, el juego es el vehículo fundamental a través del cual se impartirán estos talleres al colectivo de Personas con Discapacidad Psíquica. Entre otras, hay elaboradas una gran variedad de actividades lúdico-formativas como «El parchís de la alimentación», «Crea tu propia Rueda alimenticia», «Juego de cartas «La Mona», adaptado para comprender el proceso de recogida selectiva de residuos urbanos, o la elaboración de una maqueta del futuro tranvía, entre otras.

De los objetivos perseguidos en el proyecto se han alcanzado los referentes a elaboración de los contenidos, actividades, materiales... de cada taller, así como la difusión del mismo a través de diferentes vías (fax, teléfono, carta y correo electrónico), encontrándose actualmente en la fase de visita e impartición a aquellos centros o asociaciones que lo soliciten.

La experiencia ha sido enriquecedora. A nivel de las Asociaciones de Vecinos, han mostrado gran satisfacción, afirmando haber aprendido cosas útiles para su vida cotidiana. Desde los centros de atención a personas con discapacidad, los chicos han participado activamente con muy buena aceptación e interés. Las monitoras, igualmente, afirman que esta ha sido una experiencia novedosa y muy favorecedora a nivel personal y profesional.

Como resultado final se espera mejorar los hábitos encaminados a un consumo consciente, mejorando la calidad de vida de cada individuo en particular y la de todos en general.

# El Consumo Sostenible: Un reto para la Escuela del Consumo de Cataluña y para la ciudadanía

- Son las 7:00 de la mañana y el ring-ring del despertador me anuncia que empieza un nuevo día. Me levanto, me ducho, me visto y tomo un café rápido camino del trabajo. Diariamente, muchos de nosotros reproducimos estas acciones de forma sistemática. Si congelamos las acciones en un intervalo de 30 minutos ¿podríamos contar cuántos interruptores se encienden en nuestros hogares? ¿Cuántos grifos se abren y se cierran? ¿O cuántas máquinas de café funcionan sin parar? Desde otra perspectiva, podríamos preguntarnos ¿cuántos kilovatios de energía se consumen? ¿cuántos litros de agua? o ¿cuántos kilogramos de café consumimos cada día?

Cada acto de consumo supone la utilización y transformación de gran diversidad de recursos naturales en bienes y servicios que cubren nuestras necesidades como beber agua, comer, comunicarnos por el móvil o escuchar las noticias de la radio.

Desde la Escuela del Consumo de Cataluña, de la Agencia Catalana del Consumo, planteamos el reto de favorecer la formación de una ciudadanía comprometida con la sostenibilidad. Una ciudadanía crítica para que ante los actos de consumo sea capaz de analizar, de formar su propia opinión y de contrastar puntos de vista de forma constructiva. Una ciudadanía activa, porque entendemos que en una sociedad democrática la formación de las personas debe estar orientada a actuar en relación con el medio. Desde esta perspectiva, un acto de consumo es una forma de actuar que tiene diferentes momentos: el hecho de decidir que tenemos una necesidad; de escoger un producto; de llegar hasta el momento en que debemos utilizar y mantener aquello que hemos adquirido. La responsabilidad marca un modelo de consumidor capaz de asumir sus acciones sobre el medio y de medir su impacto. Un consumidor con visión global es capaz de entender que los actos de consumo tienen dimensiones que evolucionan en el tiempo y en el espacio y, en consecuencia, deben hacerse de forma reflexiva.

En este contexto, la creación de un taller sobre Consumo Sostenible centrado en el fenómeno de la gestión del agua se convierte en un reto y una necesidad para la educación del consumidor.

Pensamos que abordar la gestión del agua supone asumir y contextualizar el fenómeno dentro de una realidad multidimensional. Una realidad en que los fenómenos del mundo no son específicos ni propios de una única disciplina, sino que, al contrario, se caracterizan por superar las fronteras disciplinares.

<sup>1</sup> Calafell, G. [et al.] (2004): *El diálogo disciplinar, un camino necesario para avanzar hacia la complejidad. Investigación en la escuela.*

Así, por ejemplo, abordar el fenómeno del agua con el alumnado puede hacerse desde diversas perspectivas. Desde el consumo, supone hablar del agua como un derecho y un deber, tanto a nivel individual como colectivo: por ejemplo, el derecho a disponer de agua para mantener las actividades económicas, sociales, políticas y culturales o el deber de utilizar el agua de forma responsable. Desde la sostenibilidad, supone entender los recursos naturales, como el agua, en un diálogo entre lo ambiocéntrico y lo biocéntrico. Una reforma del modelo de dominio de los individuos sobre el medio natural por una perspectiva de relación entre el medio natural y los individuos. Desde la danza, supone hablar de las emociones y los sentimientos que nos genera el agua y su gestión, la creatividad y la imaginación como materia prima para inventar nuevas soluciones para afrontar la problemática del agua y la idea del equilibrio dinámico como diálogo entre lo estático y lo cambiante.

En este contexto proponemos el diálogo disciplinar (Calafell, G. [et al.], 2004)<sup>1</sup> para construir el fenómeno desde un espacio de diálogo de disciplinas de forma que cada una parta de su propio modelo de entender el fenómeno, enriqueciendo al resto y al fenómeno global. Entendiendo el diálogo como un diálogo entre disciplinas que huye de la jerarquización disciplinar, del reduccionismo y que permite aproximarse a los fenómenos en clave compleja sin perder de vista los contextos particulares. Es una forma de favorecer la construcción de una visión integral del conocimiento que tiene el individuo sobre el mundo y en la construcción de su identidad individual y cultural.

El taller de consumo sostenible parte de la consideración del fenómeno del agua como un punto de confluencia de tres disciplinas: el consumo, la sostenibilidad y la danza; y a partir de una pregunta: *¿Tiene el mismo precio un litro de agua en Barcelona que en la Islas Canarias?* Se desarrollan actividades que ponen en juego objetivos y contenidos de las tres disciplinas.

Genina Calafell

Equipo educativo de la Escuela del Consumo de Cataluña  
Agencia Catalana del Consumo



# Despliegue territorial de la Escuela del Consumo de Cataluña

- Durante el presente curso escolar 2005-2006, la Escuela del Consumo de Cataluña (ECC) pondrá en funcionamiento su sede territorial. Se trata de una iniciativa que apuesta por la equidad territorial y que crea un mecanismo que permitirá al alumnado de Educación Secundaria y Educación Especial de Cataluña recibir formación en temas de consumo. La iniciativa surge durante el segundo año de funcionamiento de la Escuela, con la voluntad de dar respuesta a las peticiones de todos los centros escolares situados lejos de Barcelona e interesados por la educación del consumo.

De este modo, la ECC se consolida en dos líneas de funcionamiento paralelo, la sede central y la sede territorial, que constituyen un espacio global y gratuito de formación relacionada con el consumo y dirigida a todo el territorio catalán. La sede central continuará ubicada en Barcelona, mientras que la sede territorial se desplazará y ofrecerá formación al resto de Cataluña.

Se prevé que la sede territorial cubra todo el territorio catalán en un horizonte temporal de dos cursos y realice estadas de durada variable en diferentes localidades del territorio. De este modo, la ECC se acerca a los centros docentes siguiendo el mismo modelo que la sede central: se ubica físicamente en un punto y los centros educativos se desplazan. Durante el primer año, un equipo

de educadores se desplazará a las ciudades de Tortosa, Tarragona, Lleida, Manresa y Girona, en estadas de 5-7 semanas. El segundo año se cubrirá el resto del territorio catalán y se realizarán estadas más cortas en los Consejos Comarcales que tengan convenio con la Agencia Catalana del Consumo.

El funcionamiento de esta nueva propuesta de la Agencia Catalana del Consumo será igual al de la sede central: las escuelas que así lo deseen podrán hacer la solicitud por Internet a través del apartado de la Escuela del Consumo de Cataluña de la página web de la Agencia Catalana del Consumo ([www.consumcat.net](http://www.consumcat.net)), consultando el calendario de días disponibles y la oferta de actividades.

## Distribución de la presencia de la Escuela del Consumo de Cataluña en otras demarcaciones durante el curso 2005-2006

Mes	Período y presencia en cada localidad	Destino
Octubre	3 octubre – 4 noviembre (5 semanas / 23 días)	TORTOSA
Noviembre		
Diciembre	7 noviembre – 20 enero (7 semanas / 35 días)	TARRAGONA
Enero		
Febrero	23 enero – 10 marzo (7 semanas / 35 días)	LLEIDA
Marzo		
Abril	13 marzo – 28 abril (5 semanas / 24 días)	MANRESA
Mayo		
Junio	2 mayo – 16 junio (7 semanas / 34 días)	GIRONA

## Distribución territorial de ECC



## Oferta educativa de la sede territorial de la ECC

Los ámbitos de actuación de la sede territorial serán los mismos que los de la sede central. La Escuela se dirige, en primer lugar, a centros de enseñanza secundaria obligatoria y centros de educación especial. Además, también se atenderán las peticiones de grupos de bachillerato o de ciclos formativos, y se realizarán algunas adaptaciones sobre los talleres de secundaria. En segundo lugar, el equipo educativo ofrecerá charlas y seminarios sobre educación del consumo a Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos o a los Centros de Recursos Pedagógicos que los soliciten.

Los talleres para alumnos de ESO pretenden que los jóvenes construyan su modelo de consumo desde una perspectiva activa, reflexiva y autónoma. Se basan en objetivos y contenidos curriculares y han sido diseñados siguiendo una misma estructura, en la cual se pretende que el alumnado construya su aprendizaje tomando como referencia sus ideas previas.

Con la voluntad de ofrecer una educación del consumo comprensiva y atenta a la diversidad, la Escuela también ofrece formación a alumnos con necesidades educativas especiales. Esta propuesta educativa contempla la integración de aspectos de la vida cotidiana del alumnado y el fenómeno del consumo desde una perspectiva de ciudadanía.

En los seminarios y charlas dirigidos a los docentes y padres y madres se exponen los fundamentos conceptuales y didácticos de la ECC y su oferta educativa. Estas sesiones se fundamentan en el trabajo de Grup Còmplex del Departamento de Didáctica de la Matemática y las Ciencias Experimentales de la Universidad Autónoma de Barcelona. Según esta línea de investigación, la educación del consumo ha de ayudar a la ciudadanía a afrontar los retos de la sociedad del consumo, dándole herramientas para construir una forma propia de pensar, sentir y actuar frente los actos de consumo desde principios que permitan entender la complejidad de la sociedad en que vivimos.

# 137 Grupos de escolares de 26 colegios e institutos de Murcia participan en «CONSUMÓPOLIS»: Concurso Escolar sobre Consumo

- La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha sido una de las Comunidades Autónomas de España con mayor índice de participación en el concurso escolar sobre consumo «Consumópolis» destinado a escolares de 5º y 6º de primaria y 1º, 2º, 3º y 4º de enseñanza secundaria obligatoria, con 137 grupos pertenecientes a centros escolares e institutos de toda la Región.

El objetivo del concurso es el desarrollo de una serie de actividades que promuevan, entre los jóvenes, hábitos de consumo reflexivo, saludable y crítico, que tenga en cuenta el respeto a nuestro entorno medioambiental y a nuestro entorno social, fomentando asimismo la participación de los centros educativos a través del profesor y de los alumnos, en actividades relacionadas con la educación del consumidor. Este concurso desarrollará una de sus fases a través de Internet.

Han sido 26 los centros escolares de primaria e institutos de secundaria que se han inscrito en el concurso:

- > Santa Maria del Carmen (Murcia). 4 Grupos.
- > I.E.S. Juan Sebastián el Cano (Cartagena). 11 Grupos.
- > I.E.S. Príncipe de Asturias (Lorca). 3 Grupos.
- > Colegio Samaniego (Alcantarilla). 1 Grupos.
- > C.E.I.P. Fontes (Torre Pacheco). 2 Grupos.
- > C.E.I.P. Vega del Segura (Ribera de Molina). 2 Grupos.
- > I.E.S. Vega del Argos (Cehegín). 10 Grupos.
- > I.E.S. Sierra Minera (La Unión). 6 Grupos.
- > I.E.S. Emilio Pérez Piñero (Calasparra). 15 Grupos.
- > Colegio Cipriano Galeo (La Ñora). 12 Grupos
- > Colegio José Alcolea Lacal (Archena). 10 Grupos.
- > C.E.I.P. Tierno Galván (Totana). 10 Grupos.
- > Colegio Madre Esperanza (Siscar). 3 Grupos.
- > Colegio Santa Isabel (Alquerías). 6 Grupos.
- > I.E.S. Vega del Tader (Molina). 6 Grupos.
- > I.E.S. Gerardo Molina (Torre Pacheco). 2 Grupos.
- > C.E.I.P. Vicente Medina (Cartagena). 1 Grupos.
- > I.E.S.O. La Paca (Lorca). 2 Grupos.
- > Colegio Cristo Crucificado (Mula). 8 Grupos.
- > I.E.S. Mariano Baquero Goyanes (Murcia). 6 Grupos.
- > Colegio Jose Escudero (Valladolises). 2 Grupos.
- > Colegio Cervantes (Caravaca). 2 Grupos.
- > Colegio Miguel Medina (Archena). 3 Grupos.
- > Colegio Las Pedreras (Calasparra). 5 Grupos.
- > I.E.S. Infante Don Juan Manuel (Murcia). 3 Grupos.
- > I.E.S. Rector Francisco Sabater (El Cabezo de Torres). 2 Grupos.



La Dirección General de Consumo, evaluará los trabajos y seleccionará a los ganadores del ámbito territorial de la Región de Murcia en cada uno de los niveles de participación, y entregará los premios coincidiendo con la celebración del día mundial del consumidor, el 15 de marzo de 2.006.



Los ganadores de cada comunidad autónoma participarán en al fase nacional.

Para obtener información sobre el desarrollo del concurso, enlazar con [www.murciaconsumo.com](http://www.murciaconsumo.com) y

[www.consumopolis.com](http://www.consumopolis.com)

## Se crea la comisión mixta entre Consumo y Educación para actuar en los colegios

Con el fin de seguir trabajando con los escolares de nuestra Región en materia de consumo, e ir formando a los niños y jóvenes en un consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente, las Consejerías de Turismo, Comercio y Consumo y la de Educación y Cultura, han constituido, **la Comisión de Coordinación en materia de promoción de la educación del consumidor en los centros docentes no universitarios.**

En la primera reunión, se aprobó el programa de educación del consumidor en centros docentes no universitarios para el curso 2005/06. Las actividades de consumo se realizarán en la totalidad de los municipios de la Región y se beneficiaran de las mismas más de 60.000 alumnos/as.

Los talleres y actividades, que se vienen realizando en los colegios de la Región, versarán sobre temas como el etiquetado de productos alimenticios, publicidad y consumo, consumo responsable, consumo sostenible, productos electrónicos y videojuegos, el juego como recurso educativo, medios de comunicación o prevención del consumo compulsivo.



# Jornadas Regionales de Educación para el Consumo

- La Dirección General de Consumo de la Junta de Andalucía dentro de su plan de actuaciones de Educación para el Consumo tiene programadas las «Jornadas Regionales de Educación para el Consumo» y el Certamen Andaluz «Aprendemos a Consumir». Estos eventos tienen carácter anual y suelen tener un tema diferente cada edición, relacionado siempre con algún aspecto importante del mundo del consumo.

La Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía en colaboración con la Consejería de Educación, organizan las Jornadas de Educación para el Consumo, dirigidas al profesorado de Educación Primaria, Secundaria y de Personas Adultas de Andalucía. El objetivo de estas Jornadas es facilitar al profesorado información y conocimientos relacionados con el tema del consumo, ya que la Educación para el Consumidor está presente en el curriculum escolar como eje transversal.

Las Jornadas de este año tienen como tema «El Consumo en la Sociedad de la Información» y se ha elegido ese tema por la gran influencia que tiene la introducción de las nuevas tecnologías de la información en la sociedad y en los consumidores de todas las edades, debiendo los educadores propiciar, mediante su labor educativa, el paso de una sociedad de la mera información a la sociedad del conocimiento.

Durante las Jornadas se reflexionará sobre las circunstancias que rodearán a la sociedad de la información en los próximos años: el permanente desarrollo y cruce de las nuevas tecnologías, la constante introducción en el mercado de nuevos productos y servicios con una enorme capacidad de fascinación, la globalización de la sociedad de la información y los desequilibrios entre países (y de algunos colectivos), etc. También advertiremos la existencia de algunos riesgos y peligros, que aparecen cuando se produce un uso inadecuado de las nuevas tecnologías, especialmente en la protección del derecho a la intimidad y de los intereses económicos.

Las Jornadas se celebraron en la Villa Turística de Priego de Córdoba, teniendo dos ediciones, la primera durante el 25 y 26 de noviembre de 2005, y la segunda que tuvo lugar el 2 y 3 de diciembre de 2005.

## Certamen Andaluz Aprendemos a Consumir

- La Dirección General de Consumo de la Consejería de Gobernación organiza durante el curso escolar 2005-06, en colaboración con la Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa de la Consejería de Educación, el IV Certamen Andaluz «Aprendemos a Consumir». El tema central será el mismo de las Jornadas Regionales de Educación para el Consumo: «El Consumo en la Sociedad de la Información».
- El objetivo es que ambos eventos se apoyen mutuamente y formen un conjunto unitario.

El Certamen está dirigido a grupos de alumnos de los centros educativos de la Comunidad Autónoma Andaluza, formados por un mínimo de 5 alumnos y un máximo de 30, de edades comprendidas entre 10 y 16 años, coordinados por un profesor del centro. El profesorado, que haya participado en la Jornadas Regionales realizadas con anterioridad al Certamen, puede utilizar en el mismo la formación y conocimientos adquiridos en ellas.

La finalidad del IV Certamen es que los grupos de alumnos preparen el tema «El Consumo en la Sociedad de la Información», con materiales que puedan ser presentados a otros grupos. Se pueden utilizar para ello uno o varios soportes didácticos: carteles, folletos, videos, DVD, murales, fichas, juegos, artículos de prensa, páginas web, etc. Los límites son los recursos y creatividad de cada grupo.

Los tres mejores trabajos presentados recibirán premios en metálico para el centro educativo y otros detalles para los alumnos premiados. Algunos de los trabajos o materiales presentados al Certamen, pueden llegar a publicarse con posterioridad, si resulta muy interesante su difusión.

Las inscripciones para el IV Certamen se realizarán antes del 24 de Enero del 2006 y la entrega de los trabajos se hará antes del 20 de abril del 2006.



Me es grato dirigirme por primera vez a los lectores de la revista «Red» con motivo de la incorporación de la Comunidad Autónoma Andaluza, a la Red Europea de Educación al Consumidor, a través de la Consejería de Gobernación, unidad a la que esta adscrita la Dirección General de Consumo.

El día 27 de Octubre hicimos realidad la iniciativa que nos propusimos, a principios de año, de integrarnos en la red educativa europea, ya que entendemos que con esta medida añadimos un plus de calidad al conjunto de medidas que en materia de educación para el consumo se vienen desarrollando en Andalucía. Desde la Dirección General de Consumo entendemos que a través de la educación tenemos la oportunidad de revisar los modelos de consumo. Una revisión que debe realizarse en el ámbito individual y colectivo. Todos y cada uno de nosotros incidimos de una forma directa, a través de los actos de consumo, en nuestro entorno familiar, económico, social o medio ambiental. El consumo es un hecho social objetivo que implica toda una serie de comportamientos y actitudes subjetivas que condicionan la calidad de vida, y a los que el consumidor, la sociedad y las instituciones públicas deben ir dando respuesta, y en este contexto la educación y la información son los elementos esenciales para diseñar una política integral de protección al consumidor que facilite la toma de decisiones autónomas y responsables frente al consumo, el conocimiento de las relaciones positivas que deben existir entre consumo y ecología, el esfuerzo solidario frente a la contaminación y el desarrollo de hábitos de ahorro de los recursos naturales escasos, desarrollando una actitud crítica y comprensiva ante el lenguaje publicitario, así como aprendiendo a realizar un uso adecuado y responsable de los productos y servicios de consumo.

Por todo ello, desde Andalucía queremos compartir con todos los miembros de la red las iniciativas, medidas y materiales que nos permitan seguir avanzando en la educación para el consumo. Las actuaciones que hemos ido desarrollando a lo largo de todos estos años, siempre en estrecha colaboración con la Consejería de Educación, han querido dar respuesta a la demanda real de los alumnos y profesores de educación primaria, secundaria y de adultos, organizándose anualmente Jornadas Regionales de Educación para el Consumo, así como el certamen Andaluz Aprendemos a Consumir. Tenemos que destacar, asimismo, la cantidad y calidad de materiales didácticos y publicaciones relativas a la educación para el consumo, cuyos destinatarios principales son los centros educativos, las Asociaciones de Consumidores y las Oficinas Municipales de Información al Consumidor. Estando prevista la edición para el año 2006 de un DVD y su correspondiente guía didáctica sobre «el consumo en la Sociedad de la Información».

No quiero finalizar sin poner en valor la apuesta clara y decidida, que se realiza desde la Red, por las entidades locales al establecer el compromiso de incorporar a Oficinas Municipales de Información al Consumidor. Los Entes Locales, como administraciones más cercanas al ciudadano, son un eje importante en las políticas de consumo de la Consejería de Gobernación, que trabaja en el impulso del papel de la Administración Local en la Defensa y Protección de los Consumidores.

Isabel María Cumbreña Guil  
Directora General de Consumo



# La ciudad autónoma de Melilla se reincorpora a la RED de Educación del Consumidor

## Aprendiendo a ser CONSUMIDOR

- Desde el Curso 1999-2000 la Educación en Consumo se trata en los Centros Escolares Melillenses, como contenido transversal, dentro de actividades complementarias o extraescolares a través del Proyecto «APRENDIENDO A SER CONSUMIDOR» que se extiende a los diferentes ciclos de Educación Infantil, Primaria y Secundaria.

La Consejería de Bienestar Social y Sanidad a través de la Viceconsejería de Sanidad y Consumo considera prioritario hacer efectivo el derecho a la formación y educación contemplado en la Ley 26/1984, de 19 de julio General para la Defensa de los Consumidores y usuarios. Con esta finalidad y dentro del mencionado proyecto presenta anualmente a los Centros Escolares Programaciones de actividades educativas en consumo con el objetivo de continuidad y reforzamiento.



Para lograr estos objetivos se dota a los Centros de:

- > Material didáctico (cuentos didácticos, relatos, unidades didácticas, cómic, bases de Concursos y material audiovisual).
- > Se realizan Jornadas, Ponencias y Talleres por Técnicos especializados.
- > Se convocan anualmente tres modalidades de Concursos Locales destinados a los tres ciclos educativos (Infantil, Primaria y Secundaria).
- > Se extiende el material, actividades educativas adaptadas y Concursos a los

Centros de Reforma y Acogida y Centro de Educación Especial.

Dicho material didáctico y Concursos son editados y financiados por la Consejería de Bienestar Social y Sanidad, ofreciéndolos gratis a las Escuelas.



Entre otros se han publicado las Unidades didácticas : «Vamos al Súper» y « Las aventuras del Euro punto Ya»; los cuentos « Buenos días Sr. Euro, adiós Sra. Peseta», « La Goma Fantástica», «Beatriz en el País de las Golosinas», « Consumidores en apuros – Viaje a través de la tele», «Consumo en Cinco Minutos».

Como actividad novedosa se destaca la experiencia de llevar la educación en consumo a los jóvenes del CENTRO DE REFORMA «BALUARTE DE SAN PEDRO». Experiencia que se extendió durante dos meses, compartiendo vivencias, culturas, necesidades, solidaridad y conceptos básicos de consumo.

Esta experiencia única se plasmó en el libro «VIVENCIAS» publicado por la VICECONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO.

## VI JORNADAS DE EDUCACIÓN en consumo para el curso 2005-2006

- Para el presente curso la Viceconsejería de Sanidad y Consumo ha presentado la Programación correspondiente enmarcada en las VI Jornadas de Educación en Consumo, con actividades dirigidas a los 15 Centros de Educación Primaria y los 9 Centros de Secundaria, así como los Centros de Acogida y Reforma de nuestra Ciudad.



Las Jornadas se adaptarán para su realización en los Centros de Reforma y Acogida.

Las Actividades van destinadas:

- > Al segundo ciclo de Educación Primaria con el cuento didáctico «EL FANTÁSTICO MUNDO DEL JUGUETE», Concurso de Redacción «EL JUGUETE, ETIQUETADO Y FABRICACIÓN JUSTA» y los Talleres con proyección «JUEGA Y CONSUME, PERO...¡SEGURO!
- > Al primer y segundo ciclo de Educación Secundaria, con el relato didáctico «REBELIÓN DE LAS MÁQUINAS», Concurso de relato, artículo periodístico o mural «USO RESPONSABLE DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS», y ponencias con Proyecciones «EL MUNDO VIRTUAL»
- > Celebración del día mundial del Consumidor, con el Cómic «ETI - LENTEJA ROCKERA» con el objetivo de fomentar en los jóvenes consumidores el consumo de legumbres y la alimentación equilibrada.

La metodología de cuentos y relatos pedagógicos complementados con talleres y ponencias, hacen que la Consejería de Bienestar Social y Sanidad lleve la educación en Consumo al alumnado, profesorado y familias, con el objetivo principal de conseguir consumidores responsables, objetivos, críticos, justos, solidarios y sensibilizados con el medio ambiente.

Por ello, la incorporación a la RED DE EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR supone un avance importante en el logro común de conseguir para un futuro, mejores consumidores, mejores ciudadanos, en definitiva mejores seres humanos.

El Instituto de Educación Secundaria Juan Antonio Fernández ha sido el primero de los centros melillenses en solicitar la adhesión a la Red de Educación del Consumidor.



# Educación para el consumo

- El centro de Educación Especial Isterria ha desarrollado un proyecto de educación para el consumo dirigido a alumnos y alumnas de entre 12 y 15 años con discapacidad mental medio-moderada.
- La experiencia pretende desarrollar su capacidad para desenvolverse por sí mismos en un ámbito tan cotidiano como es el del consumo, facilitándoles estrategias, habilidades y recursos sobre hábitos autónomos y responsables.

El proyecto, que ha obtenido una subvención de 2.500 euros del **Servicio de Consumo del Gobierno de Navarra**, ha beneficiado a una veintena de chicos y chicas y ha contado con la implicación directa de cuatro docentes del centro. Los profesores: Enrique Cruañes, losune Elbusto, Josefina Turrillas y Belén Alquegui destacan el enfoque globalizador del programa, su vínculo con las distintas áreas curriculares y su carácter teórico-práctico, teniendo en cuenta además que los objetivos se adaptan a las necesidades concretas de cada participante.

En detalle, son cinco los bloques que se han trabajado: la compra, el dinero y los bancos; la alimentación, salud y la seguridad; publicidad, juegos, juguetes y material escolar; ecología, reciclaje y tratamiento de basuras; y, en quinto lugar, servicios de la comunidad, ocio y tiempo libre.

La adquisición de conocimientos y destrezas en todas estas materias se lleva a cabo mediante actividades concretas propias de la vida cotidiana. De hecho, según recuerdan las profesoras, el programa surgió de «la necesidad que tienen nuestros alumnos de relacionar sus vivencias con sus experiencias escolares, mediante la introducción en los currículos de una serie de temas que están vivos en la sociedad». Un campo tan trascendente como el del consumo requería una respuesta educativa.

El proyecto es esta respuesta. Se sustenta en un metodología activa, que pretende favorecer la motivación del alumno a partir de sus propias experiencias, proporcionándole aprendizajes que tengan aplicaciones reales y fomenten la autodeterminación. La variedad de actividades, el aumento progresivo de la dificultad y la coordinación con otros profesionales del centro y las familias son otras de las notas que definen el método.

Los objetivos determinan por un lado la programación ordinaria de las aulas a través de las correspondientes unidades didácticas, pero también se traducen en actividades específicas en torno al consumo: salidas a una bodega y una quesería, talleres sobre reciclaje y hogar.

Así mismo, consta de dos programas que completan la idea general del Proyecto. Por un lado, el cuadernillo «Conocemos Pamplona y sus mercados» que tiene como finalidad básica que los alumnos lleguen a conocer y utilizar los recursos de la comunidad. Para ellos se realizan cinco salidas a Pamplona y su comarca que a través de un cuadernillo van descubriendo los lugares más emblemáticos. En todas las salidas se lleva a cabo un plan de actividades que queda registrado en el cuaderno anteriormente citado y, como elemento más innovador y llamativo de todo el proyecto, la creación de una empresa.

Esta novedosa iniciativa involucró a catorce alumnos y alumnas de trece a quince años que se convirtieron en algo muy



parecido a cooperativistas de la firma «Del blanco al rojo». Inicialmente, tras el obligado análisis de mercado para concretar cuál sería la dedicación de la nueva empresa, decidieron que producirían artículos artesanales destinados a la venta de cara a los Sanfermines, de ahí el nombre de la iniciativa. Esos planes cambiaron cuando Caja Navarra, promotora de la Fundación que apadrina el centro, les encargó 2.000 llaveros con su logotipo. Un pedido de ese tamaño obligaba a reorientar la previsión de produc-

ción y a dedicarse en exclusiva a atenderlo.

Tal y como destacan las profesoras, los alumnos se mostraron muy ilusionados con la idea y motivados desde el principio. Tuvieron que dar todos los pasos que requiere la constitución de una empresa, incluidos la creación de un logotipo, la edición de la papelería de la firma, la campaña publicitaria de arranque, la petición de un crédito, la apertura de una cuenta... Todo ello de manera real, sin simulaciones.

En opinión de Alquegui y Turrillas, la clave del éxito de este proyecto y de la gran aceptación que ha tenido entre los alumnos es, precisamente, su concreción. Según señalan las docentes, «a lo largo de todo el programa se mostraron motivadísimos, porque son cosas que las hacen ellos mismos, que tienen un resultado y un beneficio para ellos». Las ganancias se destinaron a la compra de un ordenador para las aulas y a sufragar una merienda para todos los participantes.



Las profesoras destacan además que «todos se han implicado en todos los procesos de alguna manera», empezando por las distintas fases de la producción de los llaveros y el resto de los artículos. Pero también a la hora de responder a los imprevistos, como esa partida defectuosa de fimo -el material con el que confeccionaron los llaveros- que recibieron, teniendo que reclamar al comercio proveedor.

No menos trascendencia que la creación de esta empresa tuvieron el resto de unidades didácticas del proyecto, apoyadas en actividades y talleres dentro del aula y en excursiones y visitas temáticas.

A través de estas unidades trabajaron el manejo de monedas y billetes, realizaron acciones relacionadas con la compra de bienes y servicios, conocieron el funcionamiento básico de los bancos y cajas de ahorro y aprendieron diversas cuestiones sobre los alimentos, los electrodomésticos o los medicamentos, entre otros recursos de uso cotidiano.

Además pudieron ahondar en asuntos como las ofertas, la publicidad en los diferentes medios de difusión, el comercio justo, los valores ecológicos, el reciclaje y recuperación de materiales, los tipos de energía, los modelos de ocio, las dotaciones básicas de una comunidad o el manejo de guías y callejeros.

A juicio de las tutoras, durante el pasado curso y gracias a la aplicación de este proyecto se evidenció más que nunca lo importante que es que los alumnos y alumnas «aprendan a moverse en su entorno, que ellos mismos busquen soluciones a los problemas cotidianos, porque muchas veces se lo damos todo hecho».

### Aplicación práctica de los aprendizajes

El proyecto de educación para el consumo se encuadra en el modelo de intervención que desarrolla Isterria desde hace varios

cursos. Los contenidos y actividades de cada año académico vienen girando en torno a un tema monográfico, en esta ocasión el consumo. En los cursos anteriores las áreas elegidas han sido la seguridad vial y el medio ambiente.

En palabras de Alquegui y Turrillas, el desarrollo del programa sobre consumo ha resultado «muy educativo e instructivo», algo que se corrobora con la actitud y disposición de los alumnos participantes, satisfechos también por lo realizado. Este hecho lleva a las docentes a reforzar su convicción de que el modelo de temas monográficos es un acierto. «Creo -indica Turrillas- que aprenden más teniendo un tema como eje central del curso, hay algo en ello que les hace motivarse más».

Ambas se confiesan «entusiasmadas» con esta forma de trabajar, más orientada a la aplicación práctica de los aprendizajes que a la mera adquisición de conocimientos. Según señalan, este modelo de intervención surgió de «la necesidad de ofrecer contenidos específicos y aplicables al 'mundo real', porque al fin y al cabo el aula no deja de ser un aula. En la calle nadie les va a decir 'toma lápiz y papel y súmame dos más dos', lógicamente les van a pedir otras cosas, más prácticas».

### Objetivos generales del proyecto

- > Capacitar a los alumnos en las habilidades necesarias para conseguir una autonomía plena.
- > Que comprendan y produzcan mensajes orales y escritos adecuados a cada contexto.
- > Que conozcan su entorno inmediato.
- > Ayudarles a priorizar el ser sobre el tener.
- > Que aprendan a disfrutar y cuidar los bienes propios y comunes.
- > Dotarles de recursos para practicar el análisis, la crítica y la discusión sobre los hechos de consumo y para resolver problemas relacionados con él.

**>CANTABRIA\_ Organismo:** Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria **Dirección:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Teléfono:** 942 210600 **Fax:** 942 210867 **E-mail:** escuela@infoconsumo.es **Persona de contacto:** Nieves Álvarez

**>ASTURIAS\_ Organismo:** Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias **Dirección:** C/ Santa Susana, 20, 2º, 33007 Oviedo **Teléfono:** 985 108303 **Fax:** 985 108310 **E-mail:** rafaelgb@princast.es **Persona de contacto:** Rafael González del Busto

**>COMUNIDAD VALENCIANA\_ Organismo:** Dirección General de Seguridad Industrial y Consumo de la Generalitat Valenciana **Dirección:** C/ Colón 32, 46004 Valencia **Teléfono:** 96 3184224 **Fax:** 96 3184217 **E-mail:** lopez\_mjorod@gva.es **Persona de contacto:** Mª José López Ródenas

**>GALICIA\_ Organismo:** Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia **Dirección:** Plaza de Europa, 10 A, 2º, 15703 Santiago de Compostela **Teléfono:** 981 534410 **Fax:** 981 522129 **E-mail:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacto:** Esther Álvarez Fernández

**>CASTILLA-LA MANCHA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha **Dirección:** C/ Berna, 1, 4º, 45071 Toledo **Teléfono:** 925 284530 **Fax:** 925 226206 **E-mail:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacto:** Alejandro Salcedo Aznal

**>PAÍS VASCO\_ Organismo:** Dirección de Consumo y Seguridad industrial del Gobierno Vasco **Dirección:** C/ Donostia-San Sebastián nº 1, 01010 Vitoria-Gasteiz **Teléfono:** 945 019924 **Fax:** 945 019947 **E-mail:** n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacto:** Nekane Ribado Vitorica

**>EXTREMADURA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura **Dirección:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª planta 06800 Mérida (Badajoz) **Teléfono:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **E-mail:** ana.grande@sc.juntaex.es **Persona de contacto:** Ana Grande Murillo

**>MADRID\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid **Dirección:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28008 Madrid **Teléfono:** 91 5803383 **Fax:** 915803338 **E-mail:** elena.pleite@madrid.org; angel.escolar@madrid.org **Persona de contacto:** Elena López Pleite

**>ARAGÓN\_ Organismo:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón **Dirección:** Avda. Pablo Gargallo, 3 1º Planta, 50071 Zaragoza **Teléfono:** 976 714792 **Fax:** 976 715609 **E-mail:** formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacto:** Francisca Pérez Jiménez

**>CASTILLA Y LEÓN\_ Organismo:** Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Junta de Castilla y León **Dirección:** Paseo Zorrilla, 1, 47007 Valladolid **Teléfono:** 983 413196 **Fax:** 983 412538 **E-mail:** heralvca@jcyl.es **Persona de contacto:** Carmen Herrero Álvarez

**>LA RIOJA\_ Organismo:** Dirección General de Educación y Dirección General de Ordenación y Desarrollo Económico del Gobierno de la Rioja **Dirección:** C/ Marqués de la Ensenada, 15, bajo (entrada por Alba de Castro) / 26071 Logroño **Teléfono:** 941 291203 **Fax:** 941 291712 **E-mail:** consumo.formacion@larioja.org **Persona de contacto:** Mª José Gómez de Segura Martínez

**>TENERIFE\_ Organismo:** Consejería de Desarrollo Económico, Comercio y Empleo del Cabildo de Tenerife **Dirección:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Teléfono:** 922 314501 **Fax:** 922 239979 **E-mail:** Idominguez@cabtfe.es **Persona de contacto:** Luis Domínguez Rodríguez

**>CATALUÑA\_ Organismo:** Agencia Catalana de Consumo **Dirección:** Gran Via Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona **Teléfono:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **E-mail:** aula@consumcat.net **Persona de contacto:** Julià Guimerà Gargallo

**>MURCIA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de Murcia **Dirección:** Ronda Levante, 11, 30071 Murcia **Teléfono:** 968 366815 **Fax:** 968 366817 **E-mail:** mrosa.sancho@carm.es **Persona de contacto:** Maria Rosa Sancho Celdrán

**>ANDALUCÍA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo. Consejería de Gobernación. Junta de Andalucía **Dirección:** Plaza Nueva, 4, 41011 Sevilla **Teléfono:** 955 041459 **Fax:** 955 041461 **E-mail:** melena.suarez@juntadeandalucia.es **Persona de contacto:** Elena Suárez Mariscal

**>MELILLA\_ Organismo:** Dirección General de Sanidad y Consumo de Melilla **Dirección:** c/ Duque de Ahumada s/n (Edif. Mantelete), 52001 Melilla **Teléfono:** 952 699271 **Fax:** 952 699272 **E-mail:** mangos01@melilla.es **Persona de contacto:** Mª Dolores Angosto Sánchez

**>NAVARRA\_ Organismo:** Dirección General de Industria y Comercio de Navarra **Dirección:** Parque de Tomás Caballero, 1 – 2ª planta, 31005 Pamplona **Teléfono:** 848 427739 **Fax:** 848 42 35 87 **E-mail:** bberruec@cfnavarra.es **Persona de contacto:** Blanca Berruete Cilveti

