

MATERIALES DIDÁCTICOS

BLOQUE 4

El poder del consumidor: consumo responsable

Objetivos:

- Resaltar el poder de influencia que tenemos como consumidores.
- Mostrar ejemplos reales de cambio en los sistemas de producción a consecuencia de la presión que han ejercido los consumidores.
- Recordar las claves y beneficios de un consumo responsable.

¿Cómo se desarrolla?

¿Qué?	¿Cuánto?	¿Con qué?
Información y debate	15 min.	Ficha 1
Dinámica de grupo	30 min.	Ficha 2
Proyección de vídeos	5 min.	Ficha 3

Nota sobre el uso del lenguaje:

En la redacción de textos de estos materiales se ha intentado hacer un uso del lenguaje no sexista, utilizando en la medida de lo posible términos epicenos. En los casos en que no ha sido posible, para no sobrecargar la lectura y evitar fórmulas como el uso de la arroba, se ha utilizado el masculino, aplicando la norma lingüística fijada por la Real Academia Española de la Lengua.

www.larebeliondelosproductos.org

Entre todos podemos cambiarlo

Conceptos clave

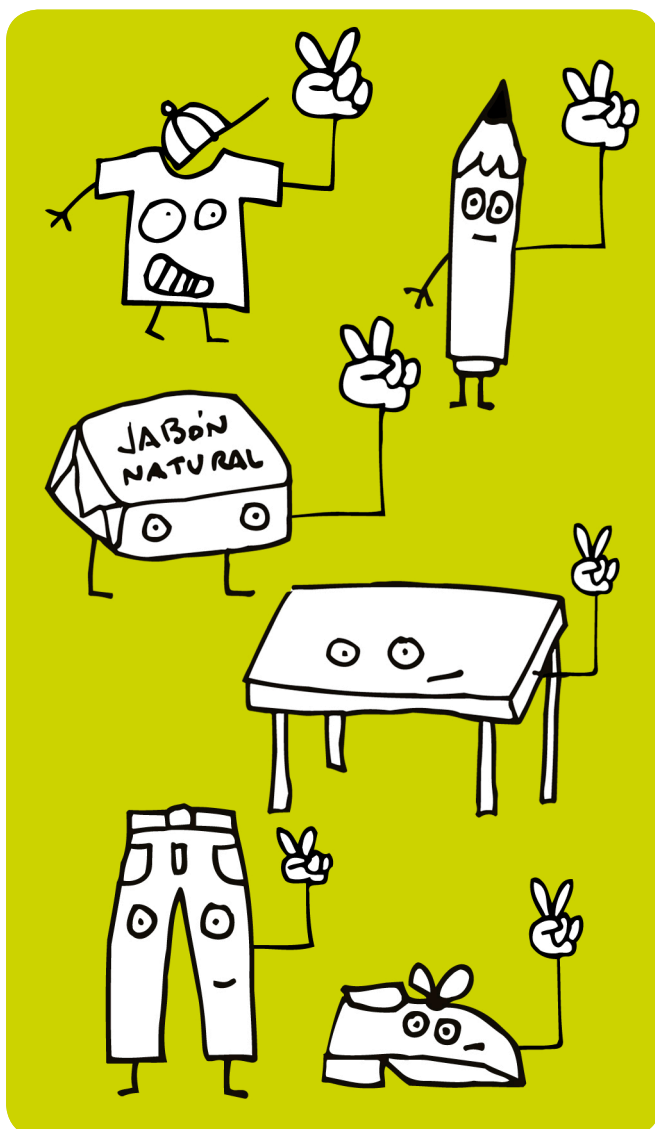
Sociedad civil: Conjunto de ciudadanos organizados como tales de forma independiente y sin ánimo de lucro que actúan para tomar decisiones fuera de las estructuras gubernamentales y que conciernen a todos los ciudadanos.

Movilización social: Se refiere a las acciones que se realizan públicamente por un grupo social como acto de protesta, desacuerdo o reivindicación.

Recursos necesarios

- **Material de apoyo:** material_05.pdf

¿Cómo se desarrolla?



- ➔ 1. Se explica qué es la sociedad civil, aclarando que formamos parte de ella, qué papel puede jugar y qué significa el término "movilización social" como herramienta utilizada para reivindicar cambios.

- ➔ 2. A continuación se relatan brevemente algunos ejemplos donde la sociedad civil protagonizó actos de movilización social para reivindicar cambios a favor de productores y sociedades de países del Sur:

- Caso de Starbucks y los caficultores de Etiopía.
- La utilización por parte de la FIFA de balones de fútbol de Comercio Justo.

material_05.pdf

- ➔ 3. Por último, se refuerza la idea de que las cosas sólo se pueden cambiar gracias a la participación de toda la sociedad y a la suma de todas las aportaciones individuales. Aunque se han conseguido avances, aún quedan muchas cosas por hacer. Se plantea un debate en clase sobre estas cuestiones:

- ¿Cómo creéis que podéis colaborar en este sentido?
- ¿De qué manera podéis participar en los cambios?
- ¿Qué canales tenéis a vuestra disposición para hacerlo?

Movilízate

Conceptos clave

Certificación de Comercio Justo: Todos los productos considerados de Comercio Justo deben seguir un proceso de control por el cual se garantiza que en su elaboración se cumplen los criterios del Comercio Justo. Dichos controles son realizados periódicamente por organizaciones internacionales independientes. También deben estar etiquetados convenientemente indicando su procedencia y que son de Comercio Justo.

Recursos necesarios

- **Material de apoyo:** material_06.pdf
- **Material de apoyo:** material_07.pdf
- **Material de apoyo:** material_08.pdf

¿Cómo se desarrolla?

- ➔ 1. Se divide a la clase en 3 grupos y se les entrega a cada uno de ellos un modelo de perfil de grupo **material_06.pdf**, **material_07.pdf**, **material_08.pdf**. En esas hojas se muestra un ejemplo del grupo social al que van a representar y a qué tipo de problema se enfrentan. Entre todo el grupo tendrán que decidir qué acciones van a emprender para lograr su objetivo.

• Perfil 1: Sector textil

Sois un grupo de compradores habituales de una cadena de ropa deportiva sobre la que ha aparecido un informe que revela que en algunas de sus fábricas asiáticas se está empleando mano de obra infantil.

La marca deportiva tiene su sede central en una capital europea, pero su red de tiendas es muy grande y está presente en todas las grandes ciudades europeas, entre ellas en la que vosotros vivís.

Vuestro objetivo es que la marca comercial deje de emplear mano de obra infantil en sus fábricas del Sur y mejore las condiciones laborales de sus trabajadores.

• Perfil 2: Sector maderero

En vuestra ciudad se acaba de proyectar la construcción de varios edificios municipales destinados a fines sociales. A través de la prensa os enteráis de que la madera utilizada en las obras del interior proviene de una empresa que está denunciada por varias organizaciones ecologistas que afirman que la madera procede de bosques protegidos en América del Sur.

Vuestro objetivo es conseguir que el gobierno municipal de vuestra ciudad exija que se trabaje con una empresa que certifique que sus maderas son de Comercio Justo.

• Perfil 3: Sector alimentación

En vuestro barrio acaba de abrir un supermercado que en su publicidad anuncia que vende, además de los productos habituales, varios artículos de Comercio Justo como café, azúcar y arroz. Siempre que acudís al supermercado visitáis las secciones de esos alimentos y no encontráis el producto que lleva la información que lo garantiza. Cuando preguntáis a los empleados os dicen que están agotados, pero en su publicidad sigue apareciendo la información y se anuncian como un establecimiento solidario.

Vuestro objetivo es conseguir que el supermercado cumpla con su promesa tal y como anuncia en su publicidad, y oferte productos de Comercio Justo.

- ➔ 2. Se ponen en común las conclusiones de los 3 grupos. Un representante de cada grupo explicará al resto de la clase cuál era la situación a la que se enfrentaban leyendo la hoja que se les ha entregado, y después contará qué decisiones y acciones han decidido llevar a cabo para lograr su objetivo.

- ➔ 3. Podrá cerrarse la actividad recordando que como consumidores tenemos herramientas a nuestra disposición para reclamar y exigir cambios ante situaciones que consideremos injustas o abusivas.



“La Rebelión en la calle”

Conceptos clave

Movilización social: Se refiere a las acciones que se realizan públicamente por un grupo social como acto de protesta, desacuerdo o reivindicación.

Acto de calle: Hace referencia a las acciones de movilización social que se realizan en lugares públicos con el objetivo de darles visibilidad y sensibilizar al mayor porcentaje de población posible.

Recursos necesarios

- **Vídeo:** video_05.mov (Duración: 00:02:30)
- **Vídeo:** video_06.mov (Duración: 00:03:00)
- **Material de apoyo:** material_09.pdf

¿Cómo se desarrolla?

- ➔ 1. Se explica brevemente en qué consiste la campaña “La Rebelión de los Productos”, qué objetivos tiene y qué herramientas usa para difundir su mensaje y sensibilizar sobre el Comercio Justo.
material_09.pdf

- ➔ 2. Como parte de estas herramientas debemos hablar de los actos de calle, y cómo podemos dar a conocer un mensaje directamente a la población mediante este tipo de acciones de sensibilización. Como ejemplo se proyectan los vídeos resumen de las acciones de calle **video_05.mov** “No olvides el valor de las cosas” y **video_06.mov** “Cara B”.

