

IRIGOYEN, KARLA, (Coord.), MÓNICA VÁSQUEZ (textos), HÉCTOR ARAVA y MÓNICA VÁSQUEZ (investigación), 2000. ***Seguridad alimentaria y etiquetado de alimentos***, Consumers International, Santiago de Chile. 84 pp.

CONJUNTO DE tres cartillas destinadas a apoyar el trabajo educativo de docentes o dirigentes en el tema alimentario. La Cartilla 1 presenta los elementos que componen el concepto de seguridad alimentaria, tanto en lo que se refiere a la cantidad como en lo que respecta a la calidad. Detalla los principios que, según Consumers International, deben regir en esta materia; explica las formas de contaminación de los alimentos más frecuentes, así como el peligro que presentan ciertos aditivos, y las precauciones que se debe tener con los alimentos transgénicos. La Cartilla 2 aborda el contenido de las etiquetas de los alimentos: la información general (explicando el significado de los diferentes términos), así como su importancia. Ambas cartillas cuentan con un glosario de términos utilizados. La Cartilla 3 ofrece un conjunto de actividades para realizar acciones educativas en trabajo de taller sobre los temas de las cartillas 1 y 2.

ITURRA, RICARDO y JUAN TRÍMBOLI, 2001. ***Plataforma Regional. Reflexiones para un diálogo en torno a la educación del consumidor/a***, Consumers International, Santiago de Chile. 62 pp.

LA EDUCACIÓN para el consumo se concibe como una poderosa herramienta para contribuir a la promoción "de un tipo de desarrollo, humano y sustentable, cuya prioridad es la satisfacción de las necesidades de las personas, superando el círculo vicioso de la pobreza y la exclusión, para construir sociedades donde la equidad, el respeto a los derechos humanos, el fomento a la participación ciudadana y la existencia de un medio ambiente sano se constituyen en exigencias irrenunciables". Las pautas de consumo que se han venido imponiendo en el mundo moderno, algunos de cuyos impactos, como la inequidad y el daño ambiental, se exacerbaban en nuestra región, conspiran en contra de ese tipo de desarrollo. Es necesario cambiarlas. Esa es la misión de la educación para el consumo. Para tales efectos, los proyectos y programas de educación de consumidoras y consumidores deben, en primer lugar, identificar la expresión local de los patrones de consumo imperantes (Parte 1); luego, vincular sus propuestas con los postulados del cambio educativo que se promueve en América Latina, de modo de integrar de manera natural los temas propios y, de esa forma, enriquecer los contenidos y las prácticas docentes (Parte 2); en el momento de formular los programas de educación para el consumo, tanto en la educación formal como en la comunitaria, los valores en que éstos se sustentan y las finalidades que se proponen alcanzar deben quedar claramente explicitados (Parte 3); es en función de esos valores y de esos propósitos y con el fin de intervenir los puntos críticos detectados en los padrones de consumo imperantes que se seleccionan los ejes temáticos (Parte 4), y se aplican los principios metodológicos apropiados para desarrollar actitudes, potenciar valores y modificar conductas (Parte 5). Inciden de manera importante en su éxito, las condiciones en que se lleva a cabo la acción pedagógica en educación para el consumo (Parte 6). La propuesta que se presenta se basa en la experiencia de la educación del consumidor en la región que, aunque breve, es rica en acontecimientos, algunos de los cuales se muestran en la Parte 7.

ÁLVAREZ MARÍN, NIEVES, 2000. "Formación del consumidor", pp. 199-256, en: Nieves Álvarez, (Coord.) **Formación del consumidor**, Escuela Europea de Consumidores, Santander. 344 pp.

DELGADO ZEGARRA, JAIME, 1997. **Educación y consumo. Pautas para la programación curricular**, Instituto de Derecho del Consumidor, Lima. 69 pp.

LARRAÍN, CRISTINA Y RICARDO ITURRA, 1998. **Educación, consumo y calidad de vida. Materiales de autoaprendizaje**, Consumers Internacional-UNESCO, Santiago de Chile. 94 pp.

DELGADO ZEGARRA, JAIME (Director del proyecto), ALICIA ROMÁN TOLEDO (Coord.), SILVIA TARAZONA (consultora), 2002. **Propuesta educativa. Incorporación de la educación del consumidor en el programa curricular de la escuela primaria y secundaria**, ASPEC, Lima. 58 pp.

EN UNA sociedad de consumo que basa una parte importante de su éxito en la ignorancia del consumidor, es preciso que la educación del consumidor acerque a los alumnos y alumnas "al conocimiento del entorno, descubrir sus códigos y ser capaces de interpretarlos, adquiriendo los mecanismos que permiten la resolución de problemas", de modo que puedan situarse ante esta sociedad "como consumidores conscientes, críticos, responsables y solidarios". En España, la educación del consumidor cuenta con amplias bases legales que van desde la Constitución hasta la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE) de 1990, esta última la postula como un contenido transversal. Sobre esa base, la autora desarrolla una completa propuesta para cumplir con ese postulado a lo largo del currículo de cada etapa del sistema escolar. Formula objetivos para la adquisición de conceptos, el dominio de procedimientos y desarrollo de actitudes en educación infantil (0 a 6 años), en la primaria (6 a 12 años), en la secundaria (12 a 16 años) y en la educación de adultos, y ofrece algunas consideraciones, orientaciones, sugerencias e ideas prácticas, algunas bastante desarrolladas, muy cercanas a la práctica docente para facilitar la puesta en práctica del proceso enseñanza-aprendizaje del tema transversal "Educación del consumidor".

LA EDUCACIÓN del consumidor necesita ser asumida por todos los profesores para que, "a través de su propio curso incorporen de manera transversal los conceptos referidos al consumo". El documento entrega los elementos indispensables para que los educadores puedan comprender y aplicar los contenidos propios de la educación del consumidor. Esos elementos consisten en conceptos básicos sobre la actividad de consumo y sobre la transversalidad, en consideraciones metodológicas y en el esbozo de algunas técnicas que habitualmente se usan en esta educación.

LOS MATERIALES de autoaprendizaje (MEDA) son de particular importancia para la educación de consumidoras y consumidores. Ellos son eficaces para responder a las demandas educativas de amplios sectores de la población, jóvenes, mujeres, padres de familia, trabajadores, que requieren de programas no formales y flexibles para adquirir elementos que les permitan mejorar el desempeño en sus actividades de consumo y desarrollar estrategias para el enfrentamiento de situaciones nuevas y concretas de la vida diaria. Para facilitar la construcción de materiales de autoaprendizaje, el texto entrega consideraciones metodológicas sobre la población objetivo de los MEDA y sobre los principios para su producción. La primera parte: Consumo y vida humana, entrega una visión general de la presencia del consumo en los actos cotidianos y de las distintas interacciones, sociales, económicas, institucionales, que produce. La segunda parte: Temáticas básicas y ejemplos prácticos, desarrolla algunos ejemplos de MEDA, los que están referidos a temáticas básicas del tema. Se advierte que estos ejemplos deben ser considerados sólo como orientaciones, porque los MEDA deben tener en cuenta la realidad local, las necesidades concretas de los participantes, su lenguaje y su contexto cultural. Es por eso que el diagnóstico es un paso inevitable.

SISTEMATIZACIÓN DE una experiencia piloto realizada por ASPEC, en el año 2001, en cinco colegios del distrito de la Victoria, con el propósito de capacitar profesores y de probar la viabilidad de incorporar la educación del consumidor en los programas curriculares. La propuesta se basa en el examen de la situación del consumidor en la sociedad y de los objetivos que, en consecuencia, debe plantearse la educación para el consumo. Luego, selecciona objetivos, contenidos y criterios de evaluación de las áreas curriculares vigentes

que ofrecen posibilidades para la inserción de la educación del consumidor; para lo cual utiliza cinco ejes temáticos propios de ésta: Derechos y deberes de los consumidores, Publicidad comercial, Servicios públicos, Alimentos y Consumo sustentable. Como complemento, se ofrece una "metodología específica para la educación del consumidor", acompañada de un cuaderno de programación anual del trabajo docente. La tercera parte hace referencia a los proyectos que es preciso implementar para lograr la sostenibilidad de la propuesta. En anexo se presentan cuatro experiencias.

ISCH LÓPEZ, EDGAR y ÁNGELA ZAMBRANO, 1999. **Manual de educación del consumidor para maestros de nivel primario**, Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, Quito. 113 pp.

CON EL objeto de cumplir su propósito de orientar a docentes en la realización de experiencias en la materia, el manual se organiza en tres partes. La primera expone las bases conceptuales de la educación del consumidor y su vinculación con la reforma curricular consensuada. La segunda ofrece un conjunto de catorce actividades aplicables en los distintos años y áreas de la educación primaria, cada una organizada de manera que pueda desarrollarse con pocos recursos. En la última se incluyen algunos materiales de apoyo para el trabajo propio y con los niños, entre los que se encuentra un glosario.

SERRA CAMBACERES, ANTONIO y CARMEN VARESE, 2000. **Aspectos legales de las relaciones de consumo**. Consumers Internacional, Santiago de Chile. 65 pp.

MANUAL PARA la formación de formadores, presenta los temas legales básicos vinculados a la promoción de los derechos del consumidor, los que no deberían faltar en la legislación. En primer lugar, desarrolla los conceptos que permiten comprender las características del consumo actual y la relación consumidor-ciudadano que se generan; realiza una breve reseña del desarrollo del movimiento de consumidores y de los derechos y deberes. Luego, expone antecedentes históricos de la legislación de protección del consumidor, de sus derechos, y del surgimiento y utilidad de la Ley Modelo, lo que conduce a examinar los 11 aspectos que deben estar contenidos en una ley de protección al consumidor, así como el sentido de cada uno de ellos. El capítulo siguiente se aboca al estudio de estrategias de intervención y de mecanismos para asegurar la aplicación de la ley en beneficio de todos. Cada capítulo cuenta con una propuesta de taller para uso de los formadores. En anexo, se presentan distintas técnicas para trabajar en grupo, un glosario y una pauta de evaluación de la legislación vigente.

VARESE, CARMEN, 2001. **Yo soy consumidor ... Yo soy usuario...**, Consumidores Argentinos, Buenos Aires. 10 pp.

FOLLETO DE orientación para docentes compuesto de dos partes. La primera presenta un esquema del significado y de las características de las relaciones de consumo en una sociedad actual, y el marco legal para el desarrollo de la educación para el consumo en Argentina. La segunda propone cuatro contenidos de la educación del consumidor que pueden ser trabajados en el aula, así como actividades de enseñanza aprendizaje, estrategias didácticas adaptadas a las actividades de educación en consumo y una bibliografía de apoyo.

DELGADO, JAIME, ALICIA ROMÁN y JAVIER VILA, 2001. **Educación del consumidor. Encuesta de Consumo a Escolares**. ASPEC, Lima. 32 pp.

EXPONE DE manera sencilla y resumida los resultados de una encuesta aplicada a alumnos de los cinco colegios en que la Asociación de Consumidores y Usuarios (ASPEC), en convenio con el Ministerio de Educación, realizó un proyecto piloto de educación del consumidor con el objeto de demostrar que "esto sí es posible y que la metodología funciona". Encuesta que fue aplicada también a alumnos de cinco colegios que no formaron parte del proyecto. La investigación fue encargada a una empresa de investigación de marketing. Los resultados, que se muestran en detalle en el Anexo1, señalan que el "programa produce un cambio positivo estadísticamente significativo en los alumnos que lo siguieron en comparación con aquellos que no lo han seguido", como afirma el especialista encargado de la investigación. El documento con-

tiene, además, reseñas de experiencias desarrolladas por los profesores, de actividades desarrolladas fuera del aula, del concurso de análisis de la publicidad y de los trabajos presentados en *ExpoConsumo*.

VARESE, CARMEN (Coord.), CORA BERTACHINI y VIVIANA FERRADAS (texto), 2000. **Educación en consumo. Educación en valores**, Consumidores Argentinos, Buenos Aires. 94 pp.

ESTE MANUAL para educadores está organizado en dos partes y un anexo. En la primera, se fundamenta la inclusión del tema en la escuela; se analizan, de modo sintético, los conceptos básicos y las características del consumo en la actualidad; se aborda el tema de los derechos y responsabilidades del consumidor en el marco legal argentino, y se examina el surgimiento y desarrollo del movimiento de consumidores en el mundo y las funciones de sus organizaciones. La segunda parte desarrolla una propuesta metodológica que estimula la creatividad, el protagonismo de los estudiantes y la flexibilidad de los docentes. En ese marco, y a modo indicativo, expone cuatro talleres dirigidos a alumnos de segundo nivel de la enseñanza general básica. El anexo contiene una síntesis de los contenidos básicos comunes que podrían vincularse al tema del consumo.

GUARDADO, MAURICIO, ROBERTO FLORES, DUNCAN TALOMÉ, EDGAR MARROQUÍN y MÉLIDA GUEVARA, 1998. **La ciudadanía salvadoreña y su relación con el consumo**, CDC, San Salvador. 34 pp.

CONCEBIDO COMO un material de apoyo teórico para las capacitaciones que realiza el Centro de Defensa del Consumidor (CDC), contiene temas destinados a motivar la reflexión de las personas y de los grupos sociales. En el tema "La sociedad y el consumo", se esbozan las principales características de la sociedad de consumo, poniendo el acento en el imperio del consumismo y en la globalización de los hábitos de consumo. En "Los consumidores y el mercado", se destacan las condiciones institucionales y conductuales necesarias para que la actividad de consumo conduzca a la satisfacción de las necesidades reales. Los servicios públicos generan condiciones indispensables y básicas para sostener una calidad de vida mínima. El hecho de que estos servicios hayan pasado a ser de propiedad particular produce problemas de calidad, acceso y tarifas, y deja de manifiesto las grandes carencias que tiene la *no* intervención del Estado en la materia. Ante el panorama expuesto, surge evidente la necesidad de la organización de los consumidores para representar los intereses de todas las personas en el ámbito del consumo. La experiencia del CDC muestra que, pese a las dificultades, las organizaciones obtienen logros significativos.

ARRATIA, ALEJANDRA, VALESKA CARBONELL, M. CRISTINA LARRAÍN, VIVIAN MASSARDO, MÓNICA OLIVARES y HADA RÍOS, 2002. **Medio ambiente y consumo sustentable**, SERNAC-CPEIP, Santiago de Chile. 84 pp.

MATERIAL DE apoyo para la realización del curso de perfeccionamiento docente a distancia. En el marco teórico se explica la relación que existe entre la educación para la vida (formación en valores) y la educación para el consumo sustentable y, en ese sentido, el significado de la defensa de los derechos de los consumidores y la importancia de asumir las responsabilidades. La segunda parte presenta una matriz de objetivos de educación para el consumo en párvulos, en la que se aplican los conceptos teóricos revisados. La tercera entrega una guía para trabajar el material didáctico propuesto y un sistema de evaluación acerca de los objetivos logrados a través de las transferencias al aula. Al final, se incluye un glosario con los conceptos relacionados con el consumo utilizados en el libro.

Reseñas preparadas por *Ricardo Iturra*.