

# l'escola i el consum

Escola del Consum  
de Catalunya



Quins tallers hi ha?



Què és el consum?



*Un espai de formació permanent  
per a l'accés de tots els escolars catalans  
a l'educació del consum: adaptació dels tallers  
per a l'educació especial*

# CATALUNYA

## ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA



Generalitat de Catalunya  
Departament de Comerç,  
Turisme i Consum

Múrcia entra a la XARXA  
Projecte Comenius 3

Projecte promogut per la Comissió Europea que coordina Espanya per mitjà de la XARXA d'Educació del Consumidor (a través de l'Escola Europea de Consumidors), l'Institut Nacional del Consum (Ministeri de Sanitat i Consum) i la Subdirecció General de Programes Europeus (Ministeri d'Educació).

La finalitat del projecte és impulsar la formació de consumidors conscients, crítics, solidaris i compromesos amb el seu entorn mediambiental; que coneixen els seus drets i assumeixen les seves responsabilitats en una Europa en procés d'ampliació, dintre de valors transversals clarament definits.

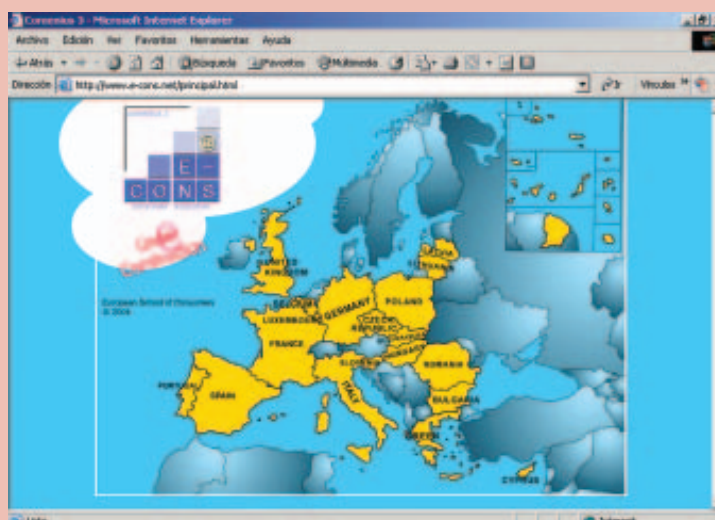
El projecte E\_CONS aglutina 849 centres escolars de tot Europa (arribarà a 1.000), 28 institucions membres i 195 entitats col·laboradores de 23 països (arribarà a 31), que tenen en comú l'interès i la capacitat necessària per millorar l'educació consumerista a les escoles; promovent l'avaluació permanent de la pràctica docent.

E\_CONS potenciarà la participació activa de centres escolars europeus (nivells educatius: 3-18 anys) per elevar el nivell de formació i autoprotecció dels consumidors.

E\_CONS crearà un domini propi a Internet (amb espais que facilitin la comunicació activa, l'intercanvi d'experiències i l'accés a diferents bancs de dades i institucions), elaborarà i experimentarà materials didàctics innovadors, possibilitarà la trobada, el debat, l'avaluació, l'intercanvi d'experiències, la utilització de tecnologies didàctiques i mitjans de comunicació.

Principals resultats: crear esperit d'equip i una XARXA estable, organitzar conferències anuals nacionals i europees, editar un manual didàctic i un CD-ROM, comptar amb un domini propi a Internet, realitzar una avaluació permanentment per millorar, proporcionar informació periòdica i difondre àmpliament els resultats.

Cada any realitzarà diverses reunions internacionals en diferents països europeus i una gran trobada europea de professors en la qual participaran.



# > EDITORIAL

La XARXA s'amplia. Acaba d'incorporar-s'hi la Direcció General de Consum de Múrcia. Ja som 14 les Comunitats Autònomes integrades en un esforç comú: l'Educació dels Consumidors. Confiam que ben aviat hi serem tots.

D'altra banda, hem de felicitar-nos pel darrer projecte aprovat per la Comissió Europea a la nostra XARXA. El projecte E-CONS que consolida el treball desenvolupat fins ara en aquest camp i ens ofereix l'oportunitat de coordinar els projectes que desenvolupen professors i professores de tot Europa en aquest camp. Ja s'han celebrat les primeres reunions dels coordinadors espanyols: XARXA d'Educació del Consumidor (per mitjà de l'Escola Europea de Consumidors), l'Institut Nacional del Consum (Ministeri de Sanitat i Consum) i la Subdirecció General de Programes Europeus (Ministeri d'Educació). El novembre d'enguany se celebra a Múrcia la primera reunió de la Comissió Tècnica de la XARXA, en la qual participaran socis de 6 països europeus.

Estem començant a dissenyar el web del projecte: [www.e-cons.net](http://www.e-cons.net). Tots els professors interessats a obtenir informació poden posar-se en contacte amb nosaltres.

LA COORDINACIÓ

# > SUMARI

<b>CANTÀBRIA</b> _ Pla Quadriennal d'educació del Consumidor a Cantàbria	4
<b>ASTÚRIES</b> _ Un any més... Sense regals ni llaminadures!!	6
<b>COMUNITAT VALENCIANA</b> _ «Per un consum responsable» Educant en la responsabilitat i la solidaritat	8
<b>GALÍCIA</b> _ Plan Quadriennal d'Educació per al Consum 2005-2008	10
<b>CASTELLA-LA MANXA</b> _ Tallers de Consum	12
<b>PAÍS BASC</b> _ Kontsumo Bus. Centre itinerant d'informació i formació en consum	14
<b>EXTREMADURA</b> _ Escola de consum de Miajadas	16
<b>MADRID</b> _ Cursos per a docents sobre consum i publicitat	18
<b>ARAGÓ</b> _ Activitats del projecte «Fes diana per la teva seguretat» a Aragó	20
<b>CASTELLA I LEÓ</b> _ Projecte de consum al Col·legi Rural Agrupat del Burgo Ranero	22
<b>LA RIOJA</b> _ Los juguines i el Nadal	24
<b>CANÀRIES</b> _ ELS CONTES: Una estratègia per a l'educació del consumidor	26
<b>CATALUNYA</b> _ L'atenció a la diversitat a l'Escola del Consum de Catalunya El repte d'educar els consumidors en relació a la moda	28
<b>MÚRCIA</b> _ La Regió de Múrcia s'incorpora a la Xarxa d'Educació del Consumidor	30
<b>RESSEYES</b> >32	
<b>ADRECES D'INTERÈS</b> >34	



Segon Semestre 2004 Núm. 4

Tiratge: 10.150 exemplars

Edita: Xarxa d'Educació del Consumidor

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

Direcció de la coordinació:

Escola Europea de Consumidors

del Govern de Cantàbria

c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander

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

CONSELL DE REDACCIÓ

Coordinació de la revista:

Nieves Álvarez Martín i Mercedes Juntádez Ortiz

Coordinació per a cada Comunitat Autònoma:

Gonzalo Sánchez Moreno (Cantàbria)

Rafael González del Busto (Astúries)

M<sup>a</sup> José López Ródenas (Comunitat Valenciana)

Esther Álvarez Fernández (Galícia)

Alejandro Salcedo Aznal (Castella-La Manxa)

Nekane Ribado Vitorica (País Basc)

José M<sup>a</sup> Iglesias Sánchez (Extremadura)

Susana Gil Pascual (Madrid)

Francisca Pérez Jiménez (Aragó)

Carmen Herrero Álvarez (Castella i Lleó)

M<sup>a</sup> José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)

Luís Domínguez Rodríguez (Canàries)

Julia Guimerà Gargallo (Catalunya)

M<sup>a</sup> Rosa Sancho Celdrán (Múrcia)

Disseny de cobertes: M<sup>a</sup> Isabel Gómez Bedia

Disseny i maquetació: M<sup>a</sup> Luisa Lavín Solana

Impressió: J. Martínez S.L.

Dipòsit legal:

La Xarxa d'Educació del Consumidor permet la reproducció dels continguts que publica. No s'autoritza, però, la utilització de qualsevol contingut d'aquesta revista amb fins comercials o publicitaris.

# Pla Quadriennal d'educació del Consumidor a Cantàbria

- El curs escolar 1995/1996, la Conselleria de Sanitat, Consum i Benestar Social va engegar el «Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor en l'ensenyament regulat no universitari» com un concurs públic de projectes escolars sobre educació del consumidor, estructurat en quatre fases i dirigit al professorat dels centres escolars de Cantàbria.

La finalitat del Pla Quadriennal és esperonar el desenvolupament de projectes d'educació del consumidor als centres escolars de la nostra regió, i es dirigeix als diferents nivells educatius de l'ensenyament reglat no universitari.

A causa de l'excel·lent acollida del primer pla, sorgeix el segon, amb característiques molt similars, el curs escolar 1999/2000. Des d'aquest segon pla, la Conselleria d'Educació i Joventut reconeix amb crèdits de formació el treball que realitzen els professors.

Durant el curs escolar 2003/2004 es posa en marxa el Tercer Pla Quadriennal, la segona fase del qual tindrà lloc en aquest curs.

Els diferents anys en els quals s'ha desenvolupat el Pla Quadriennal, els temes que s'han tractat als projectes escolars han estat, entre d'altres: Ecoconsum, alimentació, seguretat, l'Euro, jocs i joguines...

En aquesta edició, els projectes han de perseguir la iniciació dels joves en aspectes relacionats amb l'alimentació saludable, la

publicitat i el màrqueting, el consum responsable, l'ecoconsum i la utilització racional dels béns, productes i serveis que es troben al mercat, amb un doble objectiu:

- > Ser capaços d'analitzar (en major o menor profunditat, d'acord amb el nivell educatiu) els fenòmens que succeeixen al seu entorn pròxim o remot sobre els temes que ens ocupen.
- > Conèixer els seus drets individuals i col·lectius i com aplicar-los a situacions concretes.
- > Conèixer i assumir les seves responsabilitats i de quina manera poden desenvolupar-se per contribuir a una societat de consum més conscient, crítica, solidària i compromesa amb l'entorn mediambiental.

Se suggereix que en tots els treballs s'inclouï un apartat que, sota el títol «Mirant al futur», proposi idees de futur.

En l'última edició del Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor i a causa de la qualitat dels treballs presentats, el jurat va decidir atorgar tres premis *ex-aequo* a l'excel·lència als centres escolars següents:

## C.P Pintor Manuel Liaño de Barreda. Projecte de Primària «De la Mar...? Bé!».

Coordinat per M.<sup>a</sup> Ángeles Castillo Gutiérrez



El treball es va centrar en el tema del MAR, que es va treballar al llarg de tot el curs (Carnaval, Dia del llibre, animació a la lectura i setmana cultural), fent participis directes a les famílies.

Es van organitzar tallers de confecció de vestits de Carnaval, reciclatge, cuina, teatre, titelles... I el que en principi vam oferir a les famílies tímidament va esdevenir un gran èxit. Hem

vist pares i mares il·lusionats, amb els infants feliços davant la presència dels seus pares i mares i mestres recompensats per unes famílies que comprenen veritablement el sentit de la paraula EDUCACIÓ.

Es va treballar molt especialment el tema de l'alimentació equilibrada; en haver observat, a través del menjador escolar, com és de complicat que els infants mengin de grat els diferents tipus de peix que se'ls ofereix. Per això vam donar a aquest apartat una rellevància especial, a fi d'evitar, en un futur, els temibles dèficits alimentaris que desemboquen en les greus anorèxies i bulímies.

Les activitats que es van desenvolupar a l'aula van ser, entre d'altres: la fabricació d'una roda d'aliments; el coneixement i la classificació dels peixos de riu i mar realitzant un fitxer amb les diferents espècies; dissecció d'un peix coneixent la diferència entre «fresc» i «congelat»; posada en funcionament d'un aquari; organització de campanyes publicitàries per potenciar el consum de peix; sortides a conèixer el funcionament d'una peixateria.

### C.P José M.<sup>a</sup> de Pereda de Los Corrales de Buelna. Projecte de Primària «Envia la Teva Òliba».

Coordinat per **Àngela Troyano Cestelo** i **Yolanda Gutiérrez Fernández**



En tots els temps, l'afany de comunicar-nos ha mogut les persones a realitzar i crear tota mena d'infraestructures amb una única finalitat: comunicar els nostres sentiments, compartir idees, intercanviar informació, establir relacions i obtenir coneixements.

En moltes ocasions, aquest afany i aquest anhel han afavorit que algunes persones veiessin una forma fàcil i còmoda d'aconseguir estafar i guanyar diners.

És aquí on la nostra formació com a consumidors pot marcar

la diferència perquè siguem capaços d'adaptar-nos als nous temps. La utilització responsable, conscient i contrastada de tots els mitjans de comunicació al nostre abast. Els nostres alumnes passen pràcticament del xumet al mòbil, els videojocs, Internet... i aquesta és una realitat imparable. Tenim la responsabilitat de formar-los en els seus drets i deures com a consumidors responsables per abordar aquest repte. Per això partim de la història de la comunicació; coneixent el passat es pot avançar amb pas segur en la construcció del futur.

Fer-ho a través del seu món imaginatiu, utilitzant, per exemple, un dels fenòmens més nous d'aquest començament de segle en llibres infantils: El món del Harry Potter, el món paral·lel en què l'encarregada de dur els missatges és una òliba...

Per al desenvolupament del treball es va dur a terme un estudi sobre els següents mitjans de comunicació: Tambors-pobles africans, marató i missatger-400 anys abans de Crist, fars el 1588, senyals amb banderes el 1647, llenguatge de signes el 1780, el telègraf de Morse el 1844, bústies el 1850, el telèfon de Bell el 1876, la televisió, Internet, telèfon mòbil, esquelles.

Les activitats responen als següents interrogants: Què podem enviar? com? des d'on? fins a on? per a qui? sempre fou així?

### C.P Menéndez Pelayo de Torrelavega. Projecte de Primària «Comerç Just I Solidari?».

Coordinat per **Pilar Revolta Malagón**

Al llarg del curs escolar 2003/2004 s'ha desenvolupat el projecte «Comerç just i solidari?». Tenint en compte que és un col·legi on el nombre d'alumnes immigrants és elevat, es volia aprofitar l'ocasió per —a través de l'educació en el consum— conèixer altres països, altres tipus de comerç, aprofundir en la solidaritat vers les zones més desfavorides i com en aquests llocs es lluita per intentar sortir d'aquesta situació, al mateix temps que coneixíem altres races i altres cultures, les quals ens poden aportar molt a la nostra. Per a això vam realitzar les activitats següents:

- > Vam visitar el Centre Ambiental Alba, que compta amb la botiga solidària en la qual es venen productes de comerç just i on els alumnes van investigar d'on procedien la majoria dels productes i les marques més conegudes, i van comprar diferents productes.
- > Vam analitzar la notícies de premsa relacionades amb el comerç just, coneixent algunes organitzacions dedicades a aquesta labor a través d'Internet.
- > Vam realitzar un mapamundi on vam assenyalar la procedència dels productes adquirits en botigues solidàries.



- > Vam analitzar els diferents envasos i etiquetes.
- > Vam jugar a les botigues de comerç just: es van representar una sèrie de botigues en les quals es van portar a terme jocs de compra-venda de productes de comerç just.
- > Exposició al centre escolar dels productes adquirits a la botiga de comerç just, al costat d'una fitxa explicativa on es recull el nom del producte, lloc d'origen, preu i foto del país o continent on es realitza.

# Un any més... Sense regals ni lllaminadures!!

per Centre d'Ensenyament d'Infantil i Primària Clara Campoamor, Riaño (Langreo)



El passat mes de maig, els alumnes de primer i segon d'Educació Primària del nostre centre han complert anys; el que resulta més xocant és que han complert anys tots el mateix dia. Aquesta casualitat tan gran ha estat una estratègia de les seves tutores per celebrar una festa de natalici sense regals ni lllaminadures. Els nens de primer i segon van celebrar junts una festa en la qual es van commemorar els set anys que van complir o que compliran els infants de primer al llarg de l'any 2004, i els vuit anys dels infants de segon.

En aquesta festa, una de les aules del cicle es va convertir en improvisat menjador on no va faltar detall i, sobretot, amb un bon menjar casolà, aportat per les famílies, en què es van evitar «les lllaminadures» —tan habituals en aquestes celebracions— i es van potenciar els aliments sans: truites, xoriço, pernil, formatge, pinxos de tonyina, paté, olives..., que van fer les delícies dels infants fins a l'aparició dels dos pastissos, un amb les seves set veles i l'altre amb les vuit, ambdós elaborats per les mares dels alumnes. La festa va acabar amb balls i jocs al pati del col·legi, on alumnes i professores van gastar part de les energies acumulades en el menjar.

Des de fa uns anys, aquesta celebració s'ha fet tradicional en el primer cicle de Primària.

Amb ella, les tutores pretenen evitar l'habitual despesa que realitzaven les famílies -de l'infant que compleix anys- per obsequiar als companys.

La típica borsa de «xuxes» pot arribar a ser un autèntic repte del consum: cada vegada més gran, cada vegada més cridanera, cada vegada més carregada de «colorants» i «saboritzants»...

Era difícil evitar i corregir aquesta tendència consumista sense prohibicions; per aquesta raó, es va introduir en la nostra Programació General Anual una festa de natalici en la qual els infants gaudeixen molt més que repartint els paquets de lllaminadures i que ha desbancat, sense prohibir-lo, un costum consumista que estava arrelant en les famílies, transmetent als infants uns valors contraris a la línia educativa de l'escola.

Al mateix temps, hem implicat els pares. Primer, en presentar-los l'activitat es van veure obligats a reflexionar sobre les seves actituds davant el consum i que promovien en els seus fills; després, van col·laborar amb gust en una festa ludicoeducativa en la qual els infants són els protagonistes pel fet de «complir anys» —encara que no en aquest dia- i no per regalar als seus companys enormes bosses de lllaminadures.

Aquesta activitat complementària enllaça amb alguns trets d'identitat del nostre Centre, reflectits en el Projecte Educatiu:

### ► Educació per al Consum

De formació de l'alumnat per analitzar, reclamar i solucionar els problemes que la societat actual consumista li planteja, mostrant-los la prioritat de l'«ésser» sobre el «tenir» actuant amb autonomia personal enfront de l'impacte del consumisme.



### ► Educació per a la Salut

Potenciant hàbits de vida i personals saludables, amb l'objectiu que el centre esdevingui promotor de la salut, incloent als currículums continguts relatius a aquesta i participant i organitzant activitats dirigides a aquesta finalitat i encaminades a la millora dels hàbits d'higiene i alimentació.

### ► D'adaptació al medi

Amb l'obertura del centre a la realitat sociocultural del seu entorn més pròxim, col·laborant amb les institucions i/o entitats que, amb fins culturals, socials o d'oci, així ho requereixin.

Amb l'obertura de l'escola a l'entorn, realitzant activitats d'aula i complementàries i organitzant les sortides i els itineraris culturals més pròxims a nosaltres.



# «Per un consum responsable» Educant en la responsabilitat i la solidaritat

En l'àmbit del Programa d'Educació del Consumidor a l'Escola que té en marxa la Generalitat Valenciana, les propostes educatives que incideixen en el desenvolupament d'actituds i hàbits cada vegada més saludables i responsables amb el medi ambient mereixen una atenció especial.

Conscients que una adequada educació en aquests temes contribuirà a garantir el benestar dels consumidors d'avui i el de les generacions futures, el nostre programa ofereix a professors i alumnes diferents recursos didàctics orientats a arribar a aquest objectiu: *el taller d'Eco-consum, el de reciclat de paper, el d'estalvi d'aigua, el de la dieta mediterrània, o el taller de comerç just i desenvolupament sostenible* són algunes de les propostes didàctiques que es troben entre els nostres materials educatius.



Avançant en aquesta línia de treball, la Direcció General de Comerç i Consum col·laborarà en el projecte «Per un consum responsable», nom del nou programa multimèdia que, dintre de l'àmplia oferta formativa que anualment desenvolupa la cooperativa Consum, s'ha presentat per al pròxim curs esco-

lar i que compta també amb la participació de la Regidoria d'Educació i Universitat Popular de l'Ajuntament de València.

Aquest nou programa —d'acord amb l'interès que les noves tecnologies ofereixen per al tractament



didàctic dels temes de consum destinat al públic infantil i juvenil— pretén arribar als escolars dels 2.000 centres d'Educació Primària, Secundària i Instituts de Formació Professional de la Comunitat Valenciana, per la qual cosa s'oferirà de forma gratuïta a tots els qui ho sol·licitin a través del Programa d'Educació del Consumidor 2004/2005 o bé directament a la cooperativa Consum.

Coneixedors de l'interès que aquest tema suscita en les Associacions de Consumidors i de la utilitat que aquest material didàctic pot tenir per a les seves activitats formatives, el programa s'aproparà també a aquests col·lectius i altres entitats socials que desitgin treballar en un tema la rellevància del qual és cada vegada major en l'àmbit de consum.

### Consumidors responsables en... Salut, medi ambient i alimentació

El programa consisteix en un Cd-rom que, a través de jocs interactius, endinsa els infants i els

joves en temes relacionats amb la salut, l'alimentació i el medi ambient. De cadascun d'aquests temes es treballen els elements més propers als interessos dels destinataris:

- > En alimentació i salut, primera fase del programa, es parteix del concepte de nutrient per aprofundir en la piràmide dels aliments, analitzant el valor i l'utilitat de cadascun d'ells, això ens condueix a l'elaboració d'una dieta equilibrada.
- > La segona fase se centra en la compra racional i ecològica. En un supermercat virtual, cal anar adquirint els ingredients que conformen una dieta equilibrada i, en l'elecció de cadascun, tenir en compte una sèrie de criteris respectuosos amb el medi ambient.
- > Finalment, i en la tercera fase del programa, arribem a casa amb la compra feta i se'ns plantegen una sèrie de temes relacionats amb el tractament dels residus i l'aprofitament dels recursos energètics.



### «Bossy», una bossa ecològica com a guia del programa

El programa s'ha articulat sobre la base de jocs que han de resoldre's en un temps determinat i a partir del qual cada jugador obtindrà una puntuació. Una mascota, «Bossy», que és una bossa ecològica, es dirigeix als concursants, els va facilitant informació sobre els distints temes i els ofereix ajuda perquè puguin resoldre els aspectes més difícils de cada joc.

Com en altres temes de l'educació del consumidor, en el desenvolupament d'aquest programa s'han tingut en compte dos criteris bàsics:

- > Proposar activitats que aportin no només coneixements, sinó també elements per a la reflexió i el desenvolupament d'hàbits i valors que permetin conductes responsables amb el propi cos i amb l'entorn que ens envolta.
- > Desenvolupar una metodologia activa i participativa, que motivi a l'alumnat, en el tractament de totes les activitats.

# Plan Quadriennal d'Educació per al Consum 2005-2008

- L'Educació dels consumidors es presenta com l'instrument més eficaç vers la seva protecció. Els consumidors informats i formats seran capaços de representar un paper actiu en el mercat. També és considerat d'aquesta forma en el Dictamen del Comitè Econòmic Europeu, publicat el passat any 2003, que assenyalava que les habilitats dels consumidors són un prerrequisit per a la seva plena participació en la societat.

No és suficient la mera informació dels fets; cal adaptar les accions formatives als diferents segments de la societat, proporcionant-los les eines necessàries per a l'exercici d'aquesta ciutadania activa. Es constata, a més, la necessitat de contemplar d'una manera especial la formació i la participació activa dels consumidors que, per les seves característiques, tenen més dificultats per apropar-se a la informació i la formació.

El Pla Estratègic per a la Protecció del Consumidor a Galícia per al període 2002-2005 recull el que hem esmentat en els seus objectius primer i vuitè.

El Llibre Blanc d'Educació per al Consum a Galícia, presentat

l'any 2003, diagnostica la situació a la nostra Comunitat Autònoma i en les seves propostes figura l'elaboració d'un Pla Quadriennal d'Educació que, a la recerca d'una globalització en el procés de millora proposat, abasta el desenvolupament dels programes, projectes i activitats, així com el control necessari per assolir les fites proposades.

Amb vistes a complir els compromisos adquirits en el Pla Estratègic de Protecció al consumidor a Galícia 2002-2005 i en el Llibre Blanc de l'educació per al consum a Galícia, cal coordinar les distintes accions que es desenvolupen entre tots els agents implicats, així com el control del procés necessari per aconseguir els fins proposats.

## Camps d'INTERVENCIÓ

### Ensenyament formal:

- > Formació en l'àmbit no universitari
- > Formació en l'àmbit universitari
- > Formació de formadors
- > Educació d'adults
- > Formació de les AMPA (Associacions de Mares i Pares d'Alumnes)

### Ensenyament no formal:

#### Des de i per a:

- > Organitzacions de Consumidors
- > Oficines Municipals d'Informació als Consumidors (OMIC)
- > Institut Galleg de Consum (IGC)

#### Per a:

- > Col·lectius d'atenció especial
- > Altres destinataris (sindicats, cambres de comerç, mitjans de comunicació etc.)

## OBJECTIUS

### Ensenyament formal:

#### Dinamitzar la EC als centres escolars: Àmbit no universitari:

- > Donar a conèixer els continguts i les temàtiques de l'educació per al consum.
- > Elaborar materials didàctics adequats segons els diferents nivells i etapes.
- > Potenciar i difondre les activitats i projectes realitzats dintre de la Xarxa d'Educació del Consumidor.
- > Difondre les experiències realitzades als centres escolars.
- > Dinamitzar la formació del professorat.
- > Donar suport a nous projectes dintre del programa Europeu Sòcrates.

#### Potenciar la formació en temes de consum: Àmbit universitari:

- > Col·laborar amb les tres universitats gallegues en la realització de cursos especialitzats en diferents temes de consum.
- > Donar suport al desenvolupament d'estudis, tesis i projectes d'investigació.

### Ensenyament no formal:

#### Promoure la EC dintre del conjunt de la Societat:

Des de les organitzacions de consumidors i de les OMIC, promovent la formació de cadascun dels segments de la societat i, en particular, a col·lectius especials, eliminant les barreres que dificulten l'accés a la informació i formació.

#### Comptar amb professionals en l'àmbit del Consum preparats per assumir els reptes permanents del mercat:

- > Formació permanent dels professionals d'atenció al Consumidor i dels professionals de Control de Mercat.
- > Formar experts en diverses matèries de consum.

## PROGRAMES

### 1. Formació dintre de l'educació reglada: àmbit no universitari:

> Publicacions sobre temes de consum; elaboració i difusió de materials didàctics, potenciació de certàmens, formació contínua del professorat; formació a ANPAS; difusió de projectes realitzats dintre de la Xarxa d'Educació del Consumidor.

### 2. Formació dintre de l'educació reglada: àmbit universitari:

> Potenciació de cursos de postgrau i especialització; premis i ajudes a la investigació i les tesis.

### 3. Formació de Formadors:

> Formació permanent de monitors de distints àmbits; adaptació de materials didàctics per a diferents col·lectius, especialment per a discapacitats sensorials.

### 4. Formació per a Adults:

> Formació de professionals dels mitjans de comunicació i altres professionals.

### 5. Formació per a col·lectius especials:

> Fullets informatius per a immigrants; col·laboració amb distintes ONG per a la formació de col·lectius vulnerables.

### 6. Formació de personal de control de mercat:

> Formació contínua a personal de Control de Mercat i elaboració de manuals de suport.

### 7. Formació de personal d'atenció al consumidor:

> Formació contínua a personal d'atenció al consumidor, elaboració d'un manual sobre comunicació i resolució de conflictes.

### 8. Coordinació del pla quadriennal i avaluació:

> Creació d'un centre permanent de formació i creació d'una secció educativa al portal del consumidor.

> Creació d'una comissió gestora i una comissió tècnica de seguiment i coordinació del pla.

> Disseny d'un programa d'avaluació, seqüenciat anualment, i una avaluació final externa.



## FINANÇAMENT

PROGRAMA	2005	2006	2007	2008	SUBTOTALS
1. Formació en l'ensenyament reglat no universitari	93.000	98.000	102.000	107.000	400.000 €
2. Formació en l'ensenyament reglat universitari	93.000	98.000	102.000	107.000	400.000 €
3. Formació de formadors	46.000	49.000	51.000	54.000	200.000 €
4. Formació d'adults	158.000	165.000	174.000	183.000	680.000 €
5. Formació de col·lectius d'atenció especial	65.000	68.000	72.000	75.000	280.000 €
6. Formació de personal de control de mercat	23.000	24.000	26.000	27.000	100.000 €
7. Formació del personal d'atenció al consumidor	21.000	22.000	23.000	24.000	90.000 €
8. Creació del centre permanent de formació. Coordinació i Avaluació del pla quadriennal	197.000	208.000	217.000	228.000	850.000 €
<b>TOTAL PRESSUPOSTAT</b>	<b>696.000</b>	<b>732.000</b>	<b>767.000</b>	<b>805.000</b>	<b>3.000.000 €</b>

# Tallers de Consum



Durant el curs escolar 2003/2004, s'ha realitzat la campanya Tallers de Consum organitzats per la Conselleria de Sanitat i Consum de la Junta de Comunitats de Castella-la Manxa, que Teatre Narea, S. C. ha realitzat en diversos centres educatius i teatres de la nostra regió entre els mesos de novembre i maig, amb un total de 143 col·legis visitats i 308 SESSIONS, amb les quals hem arribat a uns 8.000 infants.

**Ciudad Real:** 44 col.legis

**Cuenca:** 21 col.legis

**Toledo:** 25 col.legis

**Guadalajara:** 21 col.legis

**Albacete:** 31 col.legis

## Objectius generals

1. Educar per consumir de manera crítica, conscient, raonable i selectiva.
2. Formar els infants perquè sàpiguen defensar-se dels «paranys» i mecanismes d'una societat que està incitant al consumisme.
3. Aprendre mitjançant el joc i el teatre.
4. Conèixer les relacions positives que han d'existir entre consum i ecologia: respecte i cura dels béns naturals i conservació d'un medi ambient saludable.
5. Descobrir les possibilitats de recreació utilitzant materials de reciclatge i joguines de molt baix cost econòmic.
6. Adquirir hàbits i actituds positives davant la societat de consum, perquè arribin a saber diferenciar el consumisme de les necessitats.

Aquests objectius s'han aconseguit, ja que els infants han participat molt activament en totes les activitats proposades i, ells mateixos, han descobert el missatge que se'ls volia transmetre.

## Metodologia utilitzada

La metodologia que s'ha utilitzat en la realització dels tallers ha estat:

### Metodología ACTIVA

Referida al procés d'aprenentatge que parteix de l'activitat natural i espontània de l'alumne/a per assolir els objectius del taller.

### Metodología LÚDICA

La forma d'expressió natural de l'activitat de l'alumne és el joc. Per tant, com volíem que els/les alumnes participessin de manera lliure i espontània, els presentem el treball en forma de joc.

### Metodología INTEGRADORA

Les activitats s'han plantejat en termes que van permetre que tots els participants fossin capaços de realitzar-les sense establir elements que els seleccionessin o discriminessin.

### Metodología PARTICIPATIVA.

L'activitat va fomentar el treball en equip, de manera que va suposar en tot moment l'aportació activa d'una cooperació i no de la mera suma d'esforços individuals.

No hem d'oblidar el marcat caràcter didàctic i sensibilizador d'aquests tallers, aspecte perfectament assimilat pel públic infantil en exposar els temes de manera amena i entretinguda.

## Tallers realitzats

### Taller de PUBLICITAT

Per a la realització d'aquest taller li hem fet un judici a la publicitat. En aquest judici, teníem un jutge, advocats, fiscals i jurat, sent òbviament els mateixos infants els que representaven aquests personatges.

### Taller de JOGUINES

En la realització d'aquest taller, els infants han captat molt bé el missatge, ja que han estat ells els encarregats de realitzar els jocs usant únicament la seva imaginació. Han elaborat jocs i n'han jugat, adonant-se que no els cal tenir joguines cares per passar-s'ho bé.

Les característiques exposades fins aquí ens duen a concloure que l'experiència ha estat immillorable, tant per l'ambient en el qual la Companyia ha realitzat la seva tasca, com per l'acceptació dels infants i l'especial reconeixement per part de les responsables dels centres educatius.



## Taller de COMERÇ JUST I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE



Gràcies a aquest taller, els infants han pogut ser conscients de les diferències entre els països rics i els països pobres, han conegut en què consisteix el Comerç Just i han vist que ells, encara que siguin infants, poden fer molt per reduir el consum excessiu que realitzem en la nostra societat.

Cadascun d'ells havia de representar un paper per, entre tots, aconseguir un fi comú, que era representar una obra de teatre basada en els temes tractats i en què els protagonistes eren ells.

### Treball amb DISCAPACITATS

Aquest any hem volgut introduir aquests tallers també en els centres de discapacitats, i hem quedat sorpresos de com s'han desenvolupat de bé i de la bona acceptació que han tingut.

El taller que s'ha treballat amb ells és el de Comerç Just. Els alumnes han participat molt activament en el taller, han gaudit amb l'activitat, ja que el tema de la representació teatral els cridava molt l'atenció, i els ha encantat maquillar-se i representar altres persones.

# Kontsumo Bus. Centre itinerant d'informació i formació en consum



El consum és un aspecte fonamental en la nostra societat. Per això, és objectiu prioritari de la Direcció de Consum del Govern Basc formar i informar per fomentar un consum responsable, crític i intel·ligent.

No obstant això, la persona consumidora sofreix una gran desinformació; per aquest motiu se li plantegen interrogants davant els productes que adquireix o els serveis que contracta: quins són els seus drets, on obtenir informació, com reclamar, etc. Des de la Direcció de Consum del Govern Basc, vam treballar diàriament per oferir una resposta adequada a aquesta situació.

A aquest efecte, s'ha desenvolupat durant els mesos de setembre, octubre, novembre i desembre de 2003 i maig, juny i juliol de 2004 la campanya formativa-informativa Kontsumo Bus.

## KONTSUMO BUS

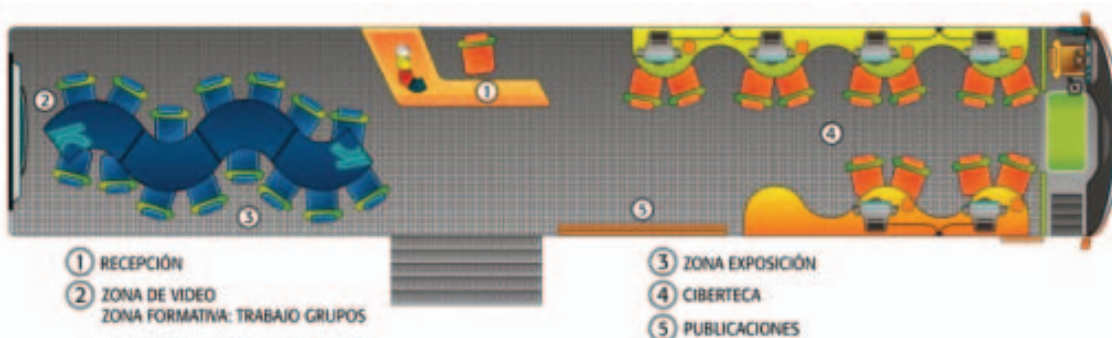
Kontsumo Bus és alguna cosa més que una mera campanya divulgativa; es tracta d'un Centre Itinerant de formació i informació a la persona consumidora amb diferents espais i activitats.

Amb aquesta campanya, s'ha pretès facilitar a la persona consumidora el coneixement dels seus drets i deures, els quals ha de tenir en compte per poder fer-ne ús, així com els conductes que té a la seva disposició per solucionar qüestions i dubtes que li sorgeixin en l'àmbit del consum.

Aquest Centre Itinerant consisteix en un autobús de 15 metres, totalment condicionat i d'un atractiu disseny, dividit en les següents zones:

L'autobús de consum, Kontsumo Bus, al llarg del seu recorregut, ha visitat un total de 70 localitats, 12 al Territori Històric d'Araba, 35 al de Bizkaia i 23 al de Gipuzkoa, obtenint en totes elles excel·lents resultats de participació.

En aquesta iniciativa de la Direcció de Consum del Govern Basc han participat un total de 124.288 persones, de les quals 4.415 van participar en alguna de les accions formatives proposades, i la resta van ser informades sobre la campanya, rebent informació específica o utilitzant els espais determinats en funció de les seves necessitats.



## Zona de recepció

Lloc de lliurament d'informació d'interès sobre consum i disponibilitat de consulta de publicacions de la Direcció de Consum.



## Zona Formativa

Espai destinat a panells informatius sobre els diferents serveis i programes de la Direcció de Consum del Govern Basc, visionat de DVD de la Direcció de Consum i, també, espai per realitzar les activitats formatives.



## Ciberteca o Zona de Noves Tecnologies

Consisteix en 6 ordinadors d'autoconsulta amb accés a Internet via satèl·lit. A més, possibilitat de consultar pàgines web amb temàtica consumerista i d'utilitzar materials didàctics editats per la Direcció de Consum.



## Terrassa de Consum

Espai exterior condicionat per a la recepció d'informació i formació a l'aire lliure.



Les **Accions Informatives** portades a terme des de Kontsumo Bus han estat dirigides a la ciutadania en general, especialment a joves i persones adultes.

En el seu interior, els/les assistents han rebut informació sobre temes de consum en general. Així mateix, se'ls ha presentat la campanya Kontsumo Bus, els seus continguts i els seus recursos: infoteca, biblioteca, fullets...

Per a aquesta campanya s'han editat 330.000 fullets especials, tots ells de gran interès i utilitat:

- 60.000 fullets genèrics de la campanya
- 60.000 fullets sobre el sistema arbitral de consum
- 30.000 fullets sobre els drets de la persona viatgera
- 30.000 fullets sobre com tenir cura davant del sol
- 30.000 fullets sobre crèdits al consum i l'endeutament
- 30.000 fullets sobre l'estatut de les persones consumidores i usuàries
- 30.000 fullets sobre tallers de reparació de vehicles
- 30.000 fullets sobre venda i garantia dels béns de consum
- 30.000 fullets sobre joguines, compra segura

Quant a les Accions Formatives, s'han desenvolupat en 4 àmbits, dirigides a diferents col·lectius de la societat:

### ▶ Tallers de consum

Al llarg d'aquesta campanya s'han desenvolupat 155 tallers. Aquests tallers han estat dirigits a alumnat de primària i secundària. La seva finalitat ha estat apropar els/les alumnes de centres escolars al món del consum i fomentar un consum responsable i crític.

### ▶ Aules de consum teoricopràctiques

S'han dut a terme 50 aules de consum dirigides a persones adultes, Associacions, OMIC. El seu objectiu ha estat analitzar, observar i assessorar sobre aspectes relacionats amb el món consumerista.

### ▶ Aprèn a defensar-te

Amb aquest nom s'han organitzat un total de 42 xerrades monogràfiques la finalitat de les quals ha estat transmetre de manera teòrica tots els aspectes que giren entorn de la defensa i protecció de les persones consumidores. Han estat dirigides a persones adultes, associacions, OMICs.

### ▶ Coneix els teus drets

Sota aquest lema s'han realitzat visites personalitzades a comerços de cada localitat per presentar la campanya i recollir les necessitats i impressions d'aquest sector en matèria de consum. S'han realitzat un total de 30 sessions formatives amb comerciants.

# Escola de consum de Miajadas

per Paula Díaz Rosas i Rosario Ruíz Parejo



Vulguem-ho o no, vivim en una societat consumista. Pot ser que algun dia deixi de ser-ho o pot ser que encara ho sigui més, d'aquí la importància d'educar en el consum..., sí, però, i això, com es fa?

Des de la nostra experiència, com a professores de l'Escola, pretenem assolir bons hàbits i actituds a l'hora de consumir, respectant sempre el medi que ens envolta i les persones que conviuen amb nosaltres, des que llencem les escombraries, ens comprem una joguina o preparem el menjar.

Aquesta Escola fa quatre anys que funciona. Durant aquest temps, són moltes i diverses les persones que ens han visitat, a les quals hem obert les nostres portes; les quals ens han deixat el seu record. I elles mateixes són las qui han anat donant forma i personalitat a la nostra escola, una escola de tots.

Però en la realitat que ens ocupa trobem també descoratjaments, com no!, perquè la nostra labor es

veu truncada quan, per exemple, després de tractar el «Taller de l'Esmorzar Escolar» l'infant arriba a casa i els seus pares són els primers que no esmorzen. Així, si bé és important que els infants aprenguin hàbits i actituds responsables, també ho ha de ser per als joves i els adults.

Des de l'Escola de Consum de Miajadas volem animar tots els nostres companys a seguir treballant amb la mateixa empenta i entusiasme amb què vam començar.

Aprofitem també aquestes línies per expressar el nostre agraïment a totes aquelles persones i empreses col·laboradores que donen suport a la realització de les nostres activitats.

## Activitats

- ▶ Tallers educatius per a centres escolars (localitat i comarca), associacions i centres d'E.E. o centres ocupacionals.
- ▶ Concurs del Jove Consumidor.
- ▶ Gargots. El teu campament urbà.
- ▶ Setmana de la Salut: «El tren de la salut».
- ▶ Curs per a l'obtenció del carnet de manipulador d'aliments.



**D'altres:**

- ▶ Jornades: «Bons Hàbits Alimentaris».
- ▶ Campanyes informatives.
- ▶ Grup Permanent (AFC).
- ▶ Educació familiar a través de la lectura: «Contacoses».

**Taller d'Alimentació Equilibrada****Gargots. El teu campament Urbà****Visita «Extremenya d'arrossos». Associació Mestresses de Casa****Campanya:  
«Ecopunt de l'Ajuntament»**

# Cursos per a docents sobre consum i publicitat



El Programa d'Educació al Consumidor de l'Escola de la Conselleria de Sanitat i Consum contempla, entre altres accions de formació, la possibilitat de finançar cursos dirigits a professors. En compliment d'això, la Direcció General de Salut Pública, Alimentació i Consum desenvolupa, en col·laboració amb les Oficines Municipals d'Informació al Consumidor (OMIC) i els Centres de Suport al Professorat (CAP), per quart any consecutiu, cursos de formació sobre consum i publicitat per a docents que desenvolupen la seva labor en aquest àmbit territorial.

Aquesta iniciativa es correspon amb les competències que aquesta institució exerceix quant a la formació de les noves generacions com a consumidors responsables. Centrar l'actuació en el professorat ofereix l'avantatge d'obtenir un efecte perllongat i multiplicador a través del seu exercici professional.

Fins aquí no és molt distinta d'altres accions de formació en temes de consum. No obstant això, sí és important destacar el fet de la continuïtat al llarg del temps com a condició indispensable perquè aquesta dimensió de la formació personal no només arribi a calar en la comunitat educativa, sinó que també disposi, en el seu conjunt, dels coneixements i habilitats adequats per a la seva introducció eficaç a l'aula. Els cursos es completen amb un material didàctic específic i actualitzat, editat per la mateixa Direcció General de Salut Pública, Alimentació i Consum, la Xarxa d'Educació del Consumidor i l'Institut Nacional de Consum.

La resposta i participació dels professors i professores ha estat molt bona i les avaluacions finals també destaquen l'encert del programa i la labor dels distints ponents.

La finalitat que es persegueix amb tot aquest treball és col·laborar amb educadors i pares en la formació de ciutadans capaços de desenvolupar un consum crític i responsable. Això significa, en primer lloc, ser conscients que en els nostres comportaments de consum estem decidint constantment com volem

ser, la nostra opció personal de vida i el model de societat que volem. Enfront d'un projecte de vida tipus franquícia, en el qual uns altres prenen les decisions importants per nosaltres i únicament ens queda resoldre el model i el color, es proposa recuperar la iniciativa, afrontar les decisions amb capacitat d'anticipació, amb consciència de les seves implicacions i assumint la responsabilitat sobre les conseqüències dels nostres actes.

En aquest context, la publicitat és, probablement, el major competidor de la família i del col·legi en la generació de comportaments i en la transmissió de valors, tant a l'atenció prestada per part dels infants com en relació amb el pressupost disponible. Encara que això no vol dir que, en molts casos, publicitat i família s'orientin en direccions diferents, ni tan sols oposades.

L'escola ha de motivar els alumnes a dedicar temps i recursos mentals proporcionals a la transcendència de cada acte de consum (simplement pensar); ha de facilitar-los les destreses necessàries per advertir quan el missatge comercial es fonamenta en arguments febles encara que atractius i/o encobreix informació rellevant; ha de desenvolupar la intuïció per descobrir quina tecla emocional tracten de prémer o l'abast real d'una promesa poc probable. I després, si l'alumne ha assimilat aquest procés de comprensió, prendrà les seves pròpies decisions, comprarà o no ho farà.

Els objectius que es proposen per complir aquest procés són:

1. Abordar l'anàlisi de la publicitat en el context de l'educació del consumidor i usuari. Entenent per consum responsable aquells actes de consum que constitueixen respostes conscients, animades per una actitud reflexiva i crítica.
2. Conèixer els recursos i instruments disponibles, tant públics com privats, l'objecte dels quals és la regulació de la comunicació comercial i la defensa dels drets dels consumidors.
3. Mostrar les estratègies publicitàries de comunicació, destacant la seva capacitat de síntesi i la seva potència expressiva.
4. Descobrir els recursos més usats en la comunicació persuasiva, especialment aquells que comporten el maneig de les emocions, distingint entre informació, tipus de persuasió i manipulació.
5. Analitzar la publicitat i la propaganda amb sentit crític i reflexionar sobre els riscos i excessos de la publicitat.

La durada del curs és de 30 hores, de les quals 24 són presencials i 6 no presencials.

El curs té dues parts ben diferenciades. Les cinc primeres sessions, de tres hores cadascuna d'elles, tracten de proporcionar una base teòrica i pràctica en relació als dos eixos principals de treball, l'educació del consumidor com a marc general i la publicitat com a principal centre d'interès dintre del ventall de possibilitats que ofereix el consum. Les tres sessions finals van encaminades a elaborar una programació (per part de cadascun dels docents) per aplicar posteriorment a l'aula. En aquesta fase s'ofereixen experiències i alternatives en funció dels nivells educatius i les àrees de coneixement. Els professors tenen la possibilitat d'iniciar-se amb algun dels aspectes propis del consum: alimentació, salut, oci, etc., o centrar-se directament en l'estudi de la publicitat.

Un dels encerts del curs ha estat no limitar-se a treballar la publicitat en exclusiva. El títol del curs resulta atractiu per als professors i serveix de ganxo per aconseguir la seva participació. A partir d'aquí se'ls introdueix a l'univers del consum i se'ls mostren molts temes i possibilitats noves que els resulten interessants a molts d'ells, de forma que, especialment els docents de primària, solen quedar favorablement motivats per dur els coneixements adquirits a l'acció.

Manuel Jalón  
 Coordinador del projecte

## CONTINGUTS

S'indica el desenvolupament aproximat de cadascuna de les sessions:

1. Presentació del curs. Anàlisi de la publicitat. La societat de consum. El consum i el moviment consumista. Marc legal de l'educació del consumidor. Constitució Espanyola, Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris, Tractat d'Amsterdam.
2. Per què és eficaç la publicitat? La funció de la publicitat com a eina del màrqueting. Posicionament del producte i procés creatiu. Anàlisi d'una campanya publicitària.
3. La influència social dels missatges: publicitat i persuasió. Elements de persuasió. El vehicle de la persuasió.
4. Activitats pràctiques: dissenyar un anunci publicitari. Anàlisi de publicitat gràfica.
5. El paper de les Associacions de Consumidors. Legislació específica sobre publicitat. L'alternativa de Autocontrol. Anàlisi dels riscos i excessos de la publicitat.
6. Disseny de l'activitat pràctica. Aspectes comuns i plantejaments per àrees. Treball en equips homogenis.
7. Temes i metodologia de l'educació del consumidor. Recursos per desenvolupar l'educació del consumidor. Comunitat de Madrid i I.N.C.
8. Posada en comú d'aquelles experiències desenvolupades durant el curs. Avaluació del curs.

Entre les sessions 7a i 8a (l'última) s'obre un interval de dues setmanes per tal de facilitar l'elaboració d'una activitat d'aplicació en l'aula relativa als continguts del curs (sis hores no presencials).

Un aspecte que enriqueix els cursos és la participació de quatre ponents distints en el desenvolupament del programa. Tots ells tenen àmbits de treball distints i una qualificació excel·lent. La seva procedència és molt variada, tant respecte per les matèries que imparteixen com pels nivells en els quals treballen. El punt de trobada entre tots ells és l'interès que comparteixen per conèixer millor el funcionament de la publicitat i el valor que concedeixen a la incorporació d'aquesta realitat al currículum escolar.

Un aspecte molt satisfactori del curs és que en ell s'aprecia una compromesa voluntat dels assistents per abordar en les seves respectives aules la formació d'uns futurs consumidors que siguin crítics i responsables.

# Activitats del projecte «Fes diana per la teva seguretat» a Aragó



No hi ha dubte que és un objectiu prioritari per al Govern d'Aragó promoure l'Educació i la Formació permanent dels nostres consumidors; manament recollit a l'article 33 de la Llei 8/1997, de 30 d'octubre, de l'Estatut del Consumidor i Usuari de la Comunitat Autònoma d'Aragó, i que assumim i pretenem fer valer en tot moment i davant qualsevol situació; actualment, continuem immersits en el desenvolupament del projecte «FES DIANA PER LA TEVA SEGURETAT» dirigit, principalment, als joves d'entre 11 i 18 anys, amb el propòsit de desenvolupar un pla integral d'educació del consumidor centrat en la seguretat dels productes.

Durant el curs escolar 2003-2004, aquest projecte s'ha realitzat en 127 centres docents de la nostra Comunitat Autònoma, amb una xifra estimada de 8.500 alumnes. Encara que en la majoria dels centres les activitats les va assumir el mateix professorat en l'aula, i en molts casos formant part de les activitats de tutories, en alguns col·legis i instituts es van realitzar jornades especials comptant amb la col·laboració de monitors especialitzats en consum, per dur el projecte a millor terme i per adequar-lo a les necessitats educatives dels alumnes.

Així, a tall d'exemple, detallam el que va succeir al C. P. LA FUENFRESCA de Terol, on les autoritats dels Departaments de Salut i Consum i d'Educació, Cultura i Esport del Govern d'Aragó van ser expressament convidades a les accions programades per al dia 25 de març.

L'acte es va iniciar amb una recepció-café i presentació de projecte per part de les autoritats. Després es va continuar amb la visita a les aules en què es realitzaven les activitats.

## Destinatari

Alumnat destinatari: els alumnes i alumnes de 5è i 6è d'Educació primària del centre (11-12 anys).

## Objectius generals de les activitats

Conèixer els nostres drets com a

consumidors i usuaris, i en particular el dret a la salut, a la seguretat i a la protecció del medi ambient; així com el dret a la protecció dels interessos legítims, tant econòmics com socials.

> Conèixer els mecanismes i institucions i organismes de defensa del consumidor: Associacions de Consumidors, OMIC, Direcció general de Consum del Govern d'Aragó.

> Afavorir el consum responsable.

## Desenvolupament de les activitats

Les activitats amb l'alumnat van començar a les 10 hores, per a cadascun dels grups de 5è i 6è d'Educació Primària.

**1. Xerrada participativa i activitats sobre els riscos de determinats productes i serveis,** recollits en el projecte «Fes diana per la teva seguretat» de la Xarxa d'Educació del Consumidor. Concretament i per a aquestes edats:

- > Telefonia mòbil
- > Videojocs
- > Internet i informàtica
- > Jocs i joguines

## 2. Riscos a la llar i al col·legi

Objectiu específic: Conèixer els riscos específics dels productes químics d'ús domèstic.

Es divideixen els/les alumnes en distints

grups i se'ls assigna una habitació de l'habitatge o un ambient comú per a tots:

- > La cuina
- > El bany
- > El menjador
- > L'habitació de les joguines
- > El col·legi
- > L'exterior (un parc de jocs, etc.)

Es pretén que els alumnes facin una relació de riscos, bé perquè són coneguts per ells, bé per advertiments dels seus pares, i, especialment, que indiquin els productes químics d'ús comú: detergents, lleixius, desembussadors químics, laques, i esprays, correctors (tipex), etc.

## 3. CD Interactiu de jocs

Mitjançant un CD interactiu elaborat pels monitors en Clic 3.0 (autoexecutable i que no precisa instal·lació), els/les alumnes recapitulen els coneixements apresos en la resta d'activitats i, en concret:

- > **Seguretat alimentària:** Etiquetatge de productes alimentaris
- > **Seguretat en els productes i serveis**

## Recursos materials i de personal

### Direcció general de Consum:

- > Materials del projecte «Fes diana per la teva seguretat»
- > Equip de Monitors especialitzats

## Col·legi La Fuenfresca

- > Aules comunes de cada grup
- > Saló d'Actes per a la presentació del projecte
- > Aula d'ordinadors amb sistema Windows (qualsevol versió) i amb lector de CD

En la impartició de les activitats, va ser present el professorat per tal de donar continuïtat a aquestes activitats a l'aula, i proposar treballs a l'alumnat per aprofundir en l'aprenentatge.



Així mateix, amb la pretensió que aquest projecte es consolidi en la nostra Comunitat Autònoma, la Direcció General de Consum del Govern d'Aragó havia inclòs el tema d'aquest projecte en el Cicle Formatiu Aules de Consum 2004. Referent a això, el dia 21 de setembre es van desenvolupar unes ponències a Saragossa; el dia 22, a Osca, i el 30, a Terol. Mitjançant aquesta iniciativa, s'han explicat i divulgat els objectius i continguts i l'avaluació del projecte en el conjunt de la Comunitat Autònoma als professors, els responsables de les Oficines d'Informació al Consumidor, així com a les Associacions de Consumidors i Usuaris. Es tracta, per tant, de proporcionar recomanacions, de caràcter general, entorn de la seguretat dels productes. Els nostres joves tenen dret a rebre informació clara sobre la identificació, característiques, funcionament i risc dels productes del mercat, perquè només si coneixen els potencials efectes lesius que un determinat article o servei és susceptible de produir, poden adoptar-se mesures per intentar prevenir, o almenys pal·liar, els seus efectes.



Volem uns consumidors informats, compromesos, amb capacitat de destriar entre els diferents productes i d'aplicar la racionalitat en totes i cadascuna de les seves decisions; per aconseguir-ho, no podem obviar que l'educació és el principal factor de progrés de les societats.

### 2004 FORMACIÓ AULES DE CONSUM

#### Conferència:

«L'EDUCACIÓ DEL CONSUMIDOR EN LA SEGURETAT DELS PRODUCTES»

#### Organitza:

Direcció general de Consum del Departament de Salut i Consum

#### Ponents:

**A Saragossa:** Dimarts, 21 de setembre de 2004

**Ana Vallejo Echezarreta**

*Formadora de l'Escola Europea dels Consumidors*

**Salvador Berlanga Quintero**

*Director del CRIET d'Alcorisa (Terol)*

**Joaquín Pascual García**

*Educador d'activitats de consum*

**A Osca:** Dimecres, 22 de setembre de 2004

**Ana Vallejo Echezarreta**

*Formadora de l'Escola Europea dels Consumidors*

**M.ª Dolores Lacambra Mora**

*Professora de l'IES «Domingo Miral» de Jaca*

*Coordinadora de la Xarxa l'Educació del Consumidor*

**Joaquín Pascual García**

*Educador d'activitats de consum*

**A Terol:** Dijous, 30 de setembre de 2004

**Pilar Guerrero Serrano**

*Cap de Secció de Formació i Educació del*

*Institut Nacional del Consum*

**Salvador Berlanga Quintero**

*Director del CRIET d'Alcorisa (Terol)*

**Joaquín Pascual García**

*Educador d'activitats de consum*

Considerem que el projecte ha tingut una magnífica participació. No obstant això, després de la divulgació per la geografia aragonesa, no paren de rebre's sol·licituds de nous centres que volen realitzar-lo, raó per la qual durant el curs escolar 2004-2005 la seguretat dels productes que utilitzen habitualment els joves continuarà com a tema per a l'Educació del Consumidor als centres docents de la nostra Comunitat Autònoma.

# Projecte de consum al Col·legi Rural Agrupat del Burgo Ranero (León)

- Des de fa tres cursos, al nostre centre utilitzem la ràdio com a eina escolar.
- Emetem en el 106.4 de la FM i el seu abast sol arribar als 25 km, distància que cobreix pràcticament tota la població que escolaritza aquest col·legi rural agrupat. També emetem per Internet a través del nostre web:
- [www.colegiodelburgo.com](http://www.colegiodelburgo.com)

## 1.EL TREBALL COMENÇA A L'AULA

Ens vam centrar principalment en l'àrea de Llenguatge. Cada tutor treballa amb els seus alumnes el llenguatge publicitari. Es treballen les campanyes sobre el consum de tabac i altres drogues i, aquest curs especialment, per la nostra implicació en el tema de l'educació vial, les campanyes per evitar els accidents de tràfic.

Cada tutor fa una primera selecció d'aquells anuncis publicitaris que, pel seu interès i relació amb els objectius plantejats pot ser tractat en els programes de ràdio. S'analitza en cadascuna de les aules l'anunci publicitari.

Es passa còpia del retall de l'anunci a tots els alumnes. I comencem a treballar: Què ens diu? Quina imatge utilitza? Utilitza molt de text, per què? Aquí va dirigit? Penses que ens enganya? En quin mitjà de comunicació apareix? Què et suggereix? Com ho publicaries tu?



## 2.REUNIÓ DEL CLAUSTRE

En les reunions de coordinació, cada mestre/a exposa aquells treballs realitzats pels seus alumnes i es presenten a la resta de companys. Es fa una posada en comú sobre els treballs que poden aparèixer en cadascun dels programes de ràdio.



## 3.EL TREBALL TORNA A L'AULA

Es duen a cadascuna de les aules els articles publicitaris seleccionats al Claustre de Professors. De seguida sorgeix el debat a classe, en el qual parlem de qüestions com:

- > Per a què creiem que serveix la publicitat?
- > Què és un eslògan?
- > Què tracta de dir-nos l'article publicitari tret del diari?
- > Preguntem als infants si el missatge és positiu o negatiu.
- > Quina part del missatge podem canviar?
- > Tempesta d'idees per canviar el missatge.
- > Com podria informar aquest anunci d'una forma positiva?

Gravem els treballs que s'han realitzat en cadascuna de les escoles. Es treballen els aspectes relacionats amb l'àrea de Llenguatge:

- > Comprendre discursos orals i escrits, interpretant-los amb una actitud crítica i aplicant la comprensió d'aquests a noves situacions d'aprenentatge.
- > Expressar-se oralment i per escrit de manera coherent
- > Utilitzar la llengua oral per intercanviar idees, experiències i sentiments.
- > Combinar recursos expressius lingüístics per interpretar i produir missatges amb diferents intencions comunicatives.

- > Utilitzar la lectura com a font de plaer, d'informació i d'aprenentatge.
- > Reflexionar sobre l'ús de la llengua com a vehicle de valors i prejudicis classistes, racistes, sexistes, etc. Amb la finalitat d'introduir les autocorreccions pertinents.



#### 4.LLESTOS PER GRAVAR

Tractem d'adaptar els anuncis que apareixen en televisió (donada la seva importància) i ho duem al nostre llenguatge radiat.

Per a això proposem una fitxa de treball a cadascun dels alumnes en cadascuna de les escoles del nostre Col·legi Rural Agrupat.

Cerca anuncis que vagin dirigits a: pares, infants, gent jove...

- > Quins productes venen?
- > Escriu el teu eslògan.
- > Què és el que més et crida l'atenció?
- > Fixa't en la música, els sons, els sorolls i el silenci que utilitzen.

	Utilitza	Efectes que aconsegueix
Música		
Sons		
Sorolls		
Silenci		

Després d'haver vist i sentit el missatge publicitari, demanem als alumnes que ens diguin les paraules que pronuncia amb major èmfasi. Després d'aquest treball, els alumnes ja són capaços d'elaborar el seu missatge publicitari. El GRAVEM.

La possibilitat de realitzar els enregistraments previs permet als alumnes escoltar les seves intervencions i millorar aspectes tan importants en l'àrea de Llenguatge com la vocalització, l'entonació, els silencis...; en definitiva, el treball de L'EXPRESSION ORAL.

Un cop hem sentit els enregistraments, es fan les correccions oportunes i es prepara el guió per al programa.

#### 5.VISITEM LA L'EMISSORA

Abans d'iniciar el programa, expliquem als/a les alumnes com funciona l'emissora, els aparells tècnics que utilitzem i fins i tot els/les alumnes de 3r cicle s'atreveixen amb el maneig de la taula de mesclades.



#### 6.ESTEM EN L'AIRE

Va arribar l'hora de la veritat. Alumnes i mestres ens enfrontem al micròfon, controlem els nervis i seguim el guió que prèviament hem treballat.



#### 7.EMISSION PER INTERNET

També hem pensat en la possibilitat de donar a conèixer el nostre Pla Anual de Millora a altres centres de la nostra Comunitat de Castella i Lleó perquè hi puguin participar, i per a això hem dissenyat el següent:

La possibilitat de seguir en directe les nostres emissions de ràdio, fent clic al dibuix central que tenim al Web en què estem treballant per desenvolupar aquest projecte.



# Les joguines i el Nadal



- La compra de les joguines en les
- dates properes al Nadal pot desencadenar un sobreconsum. La influència
- de la publicitat fa que els nostres fills
- adquireixin el reflex de voler sempre
- més. La majoria dels infants no
- perceben la diferència entre l'atracció
- per una joguina, que pot ser simple
- curiositat o desig superficial, i el plaer
- que se'n pot desprendre de l'ús.

La compra d'una joguina ha d'anar acompanyada d'un ànsia veritable de selecció que permeti a l'infant imaginar, crear i organitzar ell mateix l'univers. La joguina ha de servir, entre altres coses, per donar seguretat a l'infant i proporcionar-li confiança en les seves capacitats; fins i tot per establir lligams afectius entre ell o ella i la joguina.

L'OMIC de l'Ajuntament de Logronyo ha dut ha terme, des de l'any 1993 fins ara, diferents campanyes d'Educació per al Consum als centres escolars.

La campanya «Les Joguines i el Nadal» s'ha desenvolupat durant els mesos de novembre al llarg de tots aquests anys i hi ha participat un total de 14.400 alumnes de Logronyo.

El programa «Les joguines i el Nadal» és una activitat dirigida a l'alumnat de sisè de Primària amb l'objectiu d'apropar els/les alumnes al coneixement de l'entorn (en aquest cas al consum responsable i adequat de les joguines) perquè siguin capaços de descobrir els seus codis i interpretar-los, adquirint, en el procés, els mecanismes que els han de permetre resoldre situacions.

Perquè aquesta activitat compleixi els objectius marcats, cal aconseguir una implicació màxima de l'alumnat i del professorat que la comparteix.

L'activitat ha avançat en «l'educació» sobre les joguines a través del coneixement i la pràctica dels seus drets i obligacions, valorant críticament l'impacte de la societat de consum, a més d'aprendre la importància de l'etiquetatge de les joguines.





## OBJECTIUS DE L'ACTIVITAT

- > Conscienciar els alumnes, mitjançant un procediment pedagògic actiu, dels problemes que planteja el consum indiscriminat i irreflexiu de les joguines.
- > Examinar aspectes de la publicitat que puguin resultar enganyosos, nocius, sexistes o, fins i tot, perillosos en l'ús de certes joguines mal fabricades, incorrectament etiquetades, etc.
- > Analitzar la publicitat, aprofundint en aspectes com el missatge, el logotip, la música, els personatges, etc.
- > Aprendre a interpretar les etiquetes de les joguines i treballar en l'etiquetatge.

## METODOLOGIA

La metodologia emprada ha consistit en la construcció de continguts a partir d'unes premisses bàsiques, amb un aprenentatge significatiu, globalitzat i proporcionant als alumnes una informació científica, objectiva i exacta.

«Les joguines i el Nadal» es desenvolupa a partir de les següents activitats:

1. Realització d'un qüestionari per avaluar els coneixements previs dels escolars sobre el tema que es tracta.
2. Aprenentatge dels conceptes associats a les joguines en època de Nadal, com la publicitat, l'etiquetatge, etc.

3. Elaboració d'una joguina amb materials senzills.

4. Anàlisi de resultats a través del mateix qüestionari a fi de contrastar el que saben o pensaven respecte a les joguines i el que han après al taller.

## L'ACTIVITAT

L'activitat es desenvolupa en dues sessions diferenciades: la primera de caràcter teòric i la segona de caràcter eminentment pràctic en què els alumnes desenvoluparan els coneixements adquirits al primer taller.

Cadascuna de les sessions té una durada de 90-120 minuts, i s'adapta als horaris escolars, amb la finalitat d'aconseguir la menor alteració possible en la distribució de la resta d'activitats que habitualment desenvolupen.

## VALORACIÓ

Amb el desenvolupament d'aquest taller, s'ha incidit especialment en l'adquisició d'hàbits de consum clars, que facin que l'alumne esdevingui un consumidor conscient i participi en les experiències col·lectives dels altres alumnes.

El reiterat èxit d'aquest programa l'avalua la resposta dels col·legis a l'activitat, amb percentatges que oscil·len entre el 80% i el 97% dels col·legis existents a Logronyo. Aquest alt índex de participació és producte de:

1. **L'atractiu de la campanya.** El consum de joguines és un tema que interessa la societat per la forta pressió que realitza la publicitat.
  2. **La idoneïtat de dates.** Els mesos immediatament anteriors al Nadal els infants i els adults patim una pressió brutal per part d'aquesta publicitat, que fa que se'ns creïn dependències fictícies que ens aboquen a un consum irracional de productes.
  3. **L'alt grau d'especialització de les activitats.** L'experiència en el desenvolupament de campanyes de sensibilització escolar per part de l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor de l'Ajuntament de Logronyo contribueix a la massiva acceptació de les seves propostes per part del professorat.
  4. **L'horari.** El desenvolupament dels tallers dintre de l'horari lectiu sense trasbalsar la distribució de la resta d'activitats.
  5. **L'especialització del professorat.** El professorat que ha impartit aquestes activitats compta amb àmplia experiència en el desenvolupament d'aquesta mena d'esdeveniments i és àmpliament conegut i acceptat pels docents.
- Es confirma, una vegada més, la viabilitat d'aquests projectes ludicoeducatius dintre de l'aula.



# ELS CONTES: Una estratègia per a l'educació del consumidor



## Com veuen el consum els més petits?

Acomençament de cada curs escolar, i abans del període vacacional de Nadal, rebem cents de relats elaborats per nens de 6 a 12 anys que ens revelen la seva particular i interessant visió del consum. La mitjana de participació arriba als mil contes per edició, la majoria de gran qualitat i originalitat.

Aquesta activitat s'emmarca dintre de la campanya itinerant d'educació al consumidor que es porta a terme per tots els centres educatius de Tenerife, en la qual s'inclou l'oferta del concurs de contes, que se celebra des de 1997.

L'objectiu del concurs de contes és que els nens, per mitjà de la imaginació i la representació, desenvolupin escenes, situacions i històries relacionades amb els seus hàbits de consum.

Per desenvolupar aquesta activitat s'escull un tema de consum que sigui d'interès per als alumnes i que puguin relacionar-lo amb la seva experiència i activitat quotidiana.

Conjuntament amb les bases del concurs, es remet als centres una guia amb suggeriments didàctics per a cada cicle educatiu de l'educació primària que permeti al professor orientar i estimular l'elaboració dels contes.

Es concedeixen premis als nou millors treballs seleccionats, tres per cada cicle educatiu de primària. Els millors relats (els guanyadors i els contes que obtenen un esment especial), formen part de la publicació de cada edició, els exemplars de la qual són remesos a tots els centres participants.

## Lliurament de premis i diplomes al Cabildo de Tenerife

A tots els participants se'ls fa arribar, a través del seu centre escolar, dues entrades per participar en les activitats i tallers ludicoeducatius que es duen a terme al Parc Infantil de Tenerife durant les vacances de Nadal. Els guanyadors del concurs reben com a premi una excursió educativa per algunes de les rutes de major interès ecològic de Tenerife, acompanyats pels seus pares.



## Visita als «calderones o ballenas piloto»



El valor d'aquesta activitat és descobrir el món del consum en les idees i concepcions dels nens; a través dels contes podem connectar els objectius del consum responsable amb les activitats o tallers que programem a l'aula, adaptant els continguts al nivell del grup-classe i, el més important és que puguem connectar aquestes activitats amb els interessos, necessitats i motivacions dels petits consumidors.

El conte és una important eina metodològica que es troba al nostre abast; és una estratègia didàctica que ens permet que els alumnes pensin, reflexionin, representin la seva realitat i desenvolupin la seva imaginació. Aquesta estratègia crea les condicions per trencar el gel quan hem d'abordar qualsevol temàtica relacionada amb l'educació consumerista.

Les activitats i tallers de consum en aquestes edats han de ser globals i s'han d'abordar des de diferents perspectives i des d'una òptica multidisciplinar. Podem comprovar com aquesta riquesa i varietat dels diferents temes de consum s'aborden en els contes. Posem-ne alguns exemples:

### Com veuen els nens la publicitat?

«La senyora publicitat surt a la tele, a la ràdio i als diaris, però de vegades és una mica mentidera i altres vegades diu la veritat» (primer cicle de primària).

«La publicitat ens ensenya a saber coses... ens diu com és l'euro, com el papà s'ha de comportar a la carretera... m'agrada molt la publicitat perquè ens ensenya coses noves» (primer cicle de primària).

«Fa molt de temps un nen va anar al cinema. Un cop acabada la pel·lícula, va sortir del cinema i va mirar al cel. Els núvols eren anuncis de televisió. Després estaven tot el dia veient anuncis. Una tarda va començar a ploure i els anuncis queien amb les gotes mesclats els uns amb els altres. La gent reia molt perquè hi sortien els iogurts afaitant-se i els cotxes es rentaven amb xampú per a cabell brillant i als anuncis la roba sortia mullada i llesta per menjar...» (segon cicle de primària).

«Fa un temps, un home va inventar uns *tennis* molt bonics, però no tan coneguts com les altres marques. Perquè les gent els comprés va decidir utilitzar la publicitat, però no sabia què escollir: la premsa, la televisió o la ràdio. Mentre li preguntava a la seva dona, la ràdio el va sentir i li va dir...» (segon cicle de primària).

### Com veuen i aborden els infants el consum de fruites i verdures?

«Hi havia una festa: la poma va arribar amb la taronja i es van posar a ballar. Després va venir la pera amb el préssec, després va aparèixer el raïm amb la pinya, va anunciar la seva arribada l'albercoc, amb una gran revolada, i per finalitzar no podien faltar el meló, el kiwi, la pruna vermella, la maduixa i el plàtan. Tots junts formen una nutritiva amanida de fruites» (primer cicle de primària).

«Hi ha un món en què no hi ha distincions de colors, no hi ha contrastos entre el vermell, verd, blau..., tot és marró. Això és a causa de l'escassetesa de pluja, que fa que no creixi res verd. Per això hi ha manca de vitamines en aquestes zones del món. Tots sabem que les fonts més importants de vitamines les

trobem en les fruites i verdures que es conreen als nostres camps... Els beneficis de tot això no poden apreciar-los els infants del Sàhara, llevat quan ens visiten els estius. Ells vénen del món marró» (primer cicle de primària).



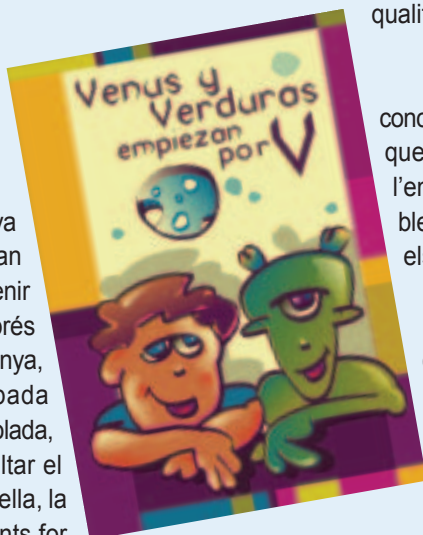
«A la gent canària els encanten els plàtans canaris, però ara els plàtans vénen d'un altre país. El que envien són llavors. Els plàtans són més grans i bonics, però què passa? Que, encara que siguin més grans i bonics, això no vol dir pas que siguin bons de sabor...» (segon cicle de primària).

Aquests són alguns significatius exemples que reflecteixen l'experiència i el context en el qual viuen els infants, que ens aporten diferents punts de vista i concepcions a l'hora d'abordar els temes de consum. Les idees que trobem en aquests relats ens poden donar les pistes de treball següents: la publicitat és bona, el poder de la publicitat, la publicitat compleix un servei d'informació, desmitificar la publicitat, com elaborar anuncis, la publicitat provoca addicció, el paper de les vitamines i els nutrients, la importància de la fruita i la dieta equilibrada, les desigualtats en el consum i els problemes mediambientals, la qualitat dels productes locals, l'activitat agrícola i rural, etc.

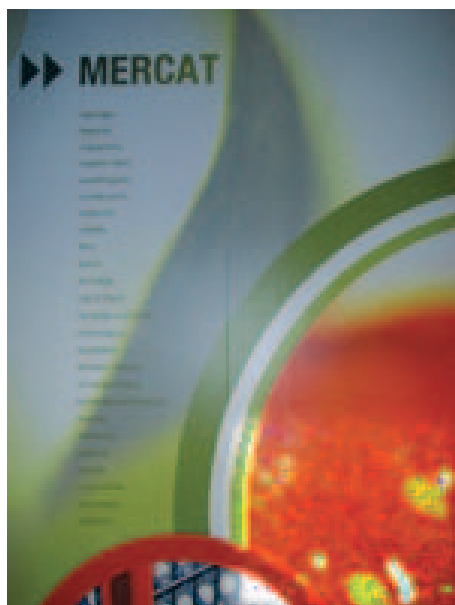
Totes aquestes idees formen part de la particular concepció que té l'infant sobre els diferents àmbits del consum, que és una visió àmplia i molt interessant per al disseny i l'ensenyament dels valors i actituds del consum responsable, per formar ciutadans amb capacitat d'elecció, d'exercir els seus drets i deures, de ser crítics i solidaris.

Durant aquest curs escolar hem convocat el **IX Concurs de Contes de Consum**. Els alumnes d'educació primària han d'explicar-nos la seva particular visió del turisme, quan viatgem i quan rebem persones d'altres països i cultures, sobre els nostres drets i deures per fomentar un turisme més responsable.

Esperem seguir rebent molts contes i històries de consum que, sens dubte, ens ajudaran a orientar el nostre treball, a oferir noves activitats i tallers i a seguir aprofundint en aquesta apassionant tasca que és l'educació del consumidor. A tots els centres educatius els animem perquè, un any més, continuïn desenvolupant aquesta important estratègia didàctica que és el conte.



# L'atenció a la diversitat a l'Escola del Consum de Catalunya



En tots els actes que fem diàriament és present el consum: quan anem amb transport públic, quan obrim el llum, quan ens fem el dinar, quan anem al cinema a veure una pel·lícula... Davant d'aquest fet és necessari educar a la ciutadania perquè prengui consciència de la seva posició de consumidor i conegui els seus drets i els seus deures.

Entendre l'educació del consum com un dret de tota la ciutadania ens demana adoptar com a estratègia educativa l'atenció a la diversitat, i oferir activitats a tot tipus d'alumnat. Des de la segona meitat del curs 03-04, l'Escola del Consum de Catalunya aposta per la diversitat i ofereix activitats a l'alumnat amb necessitats educatives especials, com per exemple alumnes amb discapacitats físiques o psíquiques i/o l'educació compensatòria.

Obrir aquesta nova via ha suposat fer una adaptació curricular dels tallers per tal d'atendre les característiques individuals d'aquest altre alumnat. Realitzar una bona adaptació ha requerit en alguns casos modificar o reformular els objectius generals i els continguts, com pot ser emfatitzar els continguts actitudinals i procedimentals; i conèixer a priori les seves característiques cognitives i relacionals. Per aquest motiu, s'intenta mantenir un contacte previ amb el centre d'educació especial durant el qual es pregunta sobre el tipus i el nivell de discapacitat dels participants.

El taller de *Mercat* i el taller de *Seguretat a la Llar* han estat els primers que s'han adaptat ja que són tallers que tracten temes funcionals i significatius per a l'alumnat. De moment, s'han fet adaptacions per a alumnat amb retard mental, psicosi i autisme, i dins de cada taller s'han dissenyat adaptacions per a diferents nivells de discapacitat.

## Un exemple d'adaptació: el taller de mercat per a alumnes amb retard mental

Anar a comprar és un acte molt significatiu per a l'alumnat amb retard mental. A partir de la pregunta «Què vols avui per dinar?», s'escull un plat per cuinar. Es dedueixen els ingredients que es necessitarien per cuinar el plat, i a continuació se simula que es va al mercat a comprar-los. L'alumnat fa la llista de la compra, agafa el carro i els diners per gastar-se, i va al mercat que hi ha a l'Escola de Consum. Quan hi arriben, es reflexiona sobre la diversitat de productes i parades a partir de la percepció de sons, olors i colors d'aquest lloc. Paral·lelament, i a partir del llenguatge teatral, també s'identifiquen i s'analitzen estratègies per afavorir el procés de compra al mercat i la presa de decisions en l'acte de comprar.

## A tall de conclusió

Plantejar-se la introducció de l'Educació Especial dins de l'oferta de l'Escola del Consum de Catalunya ha comportat una reflexió de caire ètic i un esforç a nivell didàctic. Des de la perspectiva ètica ha volgut dir fer una reflexió en profunditat sobre la necessitat d'optar per una educació del consum comprensiva. A nivell didàctic ha representat l'esforç de redissenyar l'oferta actual d'activitats des d'un marc molt flexible que permet adaptar-la a la diversitat de situacions educatives. De cara al proper any volem ampliar l'oferta de tallers adaptats i incloure-hi el de *Publicitat* i el de *Serveis*.

Josep Bonil Gargallo  
 Coordinador Pedagògic de l'Escola del Consum de Catalunya  
 Institut Català del Consum

# El repte d'educar els consumidors en relació a la moda



Un estudi realitzat per la Coordinadora d'Usuaris de la Sanitat - CUS- (2003) sobre la percepció que tenen els consumidors i consumidores de l'adequació entre l'oferta de vestuari que fa el mercat i les seves necessitats, presenta les següents conclusions:

- > Sensació majoritària que hi ha manca d'ordenació en les talles. Atribució de talles iguals a mesures diferents.
- > Percepció que les talles tendeixen a fer-se cada vegada més petites.
- > Preferència per les talles numèriques, en comptes de les de lletres.
- > Opinió que la publicitat de moda i alimentació ens ven imatges que relacionen estar prim amb salut i qualitat de vida.
- > Les dones, més que els homes, se senten afectades per les talles, els productes i la publicitat.
- > Les persones entre els 30 i els 40 anys són més sensibles a la problemàtica plantejada en el tema de les talles.
- > A mesura que la gent es fa gran, els resulta més difícil trobar roba de la seva mida si no tenen en compte allà on van a comprar.

Un aspecte específic és l'oferta de vestuari de talles especials que no sempre respon a les necessitats de l'usuari i en general és més car.

Davant d'aquestes conclusions, des de la CUS pensem que les Administracions Públiques haurien de tenir en compte:

Tot i que les persones sempre hem fet servir d'una manera o altra peces de roba, amb els anys vestir-se ha esdevingut un ritual molt marcat per la moda. Els fabricants confeccionen i distribueixen la roba que després comprarem a les botigues.

Avui en dia, la influència de la moda arriba al consumidor mitjançant la publicitat, els mitjans de comunicació, la interacció social... que reflecteixen i creen valors. Una part important de la població pren com a model a seguir la imatge d'home i dona que aquests mitjans transmeten. El seu impacte és molt ampli i toca parcel·les com la moda, els hàbits de compra dels productes alimentaris, l'exercici físic... aspectes que han obert tot un món de consum creixent de béns i serveis.

- > Afavorir que els models utilitzats en la publicitat de vestuari reflecteixin un estil de vida saludable.
- > Regular unes mesures mínimes i màximes per a cada talla d'una peça de roba.
- > Estimular que un mateix fabricant confeccioni la roba en totes les talles, incloses les grans.
- > Normativitzar l'ús d'un únic model de talla: numèric o alfabètic.

Un repte fonamental en aquest àmbit apareix en l'educació del consum. Una educació del consum que ajudi a la ciutadania a entendre la salut des d'una perspectiva global que integri alimentació, vestit, forma física, perspectiva emocional... reivindicant el concepte d'estil de vida saludable.

Pensem que lluny de construir models de contrainformació davant de les directrius de la moda cal apostar per una educació que ajudi a conèixer el propi cos, a entendre els seus límits i emergències i a afavorir l'autoestima com a vincle entre perspectiva física i emocional. Aspectes com la descoberta de la dimensió emocional individual i col·lectiva, la capacitat de fer-se preguntes, d'elaborar de forma col·lectiva solucions òptimes des d'estructures cooperatives poden ser eines per afavorir aquest procés.

M<sup>a</sup> Dolors Bascompte Bonvehi

Alumna del 14è Curs d'Assistents Tècnics en Consum

Coordinadora d'Usuaris de la Sanitat - CUS

# La Regió de Múrcia s'incorpora a la Xarxa d'Educació del Consumidor



Segons l'Estatut dels Consumidors i Usuaris de la Regió de Múrcia, l'educació en matèria de defensa del consumidor és un dret fonamental. Amb la incorporació de Múrcia són ja 14 les Comunitats Autònomes que formen la Xarxa d'Educació del Consumidor. **Benvinguts/des!**

## Actuacions didàctiques de consum als col·legis

Un dels objectius fonamentals de l'Estatut dels Consumidors i Usuaris de la Regió de Múrcia és el dret a l'educació en matèria de defensa del consumidor, fomentant:

1. La inclusió de l'educació del consumidors i usuaris en tots els cicles i nivells de l'educació obligatòria i, en la mesura que sigui possible, en els d'educació no obligatòria.
2. La formació permanent en matèria de consum del personal docent.
3. L'elaboració i publicació de materials didàctics de suport a l'educació i formació dels consumidors i usuaris.



Per això, des de la Direcció General de Consum, a la Regió de Múrcia, es realitzen diverses actuacions encaminades al compliment d'aquests objectius. Entre ells podem destacar l'elaboració, des de fa quatre anys, de les Unitats Didàctiques, que el 2004 s'han dedicat als «**Mecanismes de defensa del consumidor**».



Les unitats didàctiques són un excel·lent material pedagògic, susceptible de ser usades a les aules, i han estat elaborades per un prestigiós grup de professors de la Regió de Múrcia, prèviament formats en la matèria, als Centres de Professors i Recursos, per la qual cosa els autors reuneixen les dues qualitats imprescindibles per elaborar un material d'alta qualitat, com són els coneixements, d'una banda, i l'experiència professional amb el nostre alumnat dia a dia, d'una altra. Les unitats didàctiques poden consultar-se al web:

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

	2000	2001	2002	2003
<b>Nº DE CENTRES DOCENTS BENEFICIARIS</b>	<b>195</b>	<b>248</b>	<b>261</b>	<b>279</b>
<b>Nº DE PROFESSORS BENEFICIARIS</b>	<b>1.052</b>	<b>1.326</b>	<b>1.354</b>	<b>1.372</b>
<b>Nº D'ALUMNES BENEFICIARIS</b>	<b>40.458</b>	<b>60.149</b>	<b>60.573</b>	<b>61.090</b>
<b>Nº DE MUNICIPIS BENEFICIARIS</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>37</b>

### Tallers de CONSUM 2004

Una actuació important que es fa mitjançant la Direcció General de Consum, en matèria d'educació al consumidor són els tallers de consum que es realitzen en les escoles.

Els tallers es desenvolupen a través d'Associacions de Consumidors de la Regió, amb les quals se celebren anualment convenis de col·laboració per a la promoció de polítiques de defensa del consumidor. Entre les activitats previstes al Conveni es troba la d'educació.

L'educació del consum a les escoles és una qüestió ineludible per a les administracions públiques, competents en aquesta matèria, que estan obligades a garantir la formació dels joves consumidors com un eix bàsic en la defensa dels seus drets i interessos.

A través dels tallers de consum, que imparteixen monitors prèviament formats en la matèria, es pretén conscienciar els escolars i dotar-los d'unes pautes de

comportament perquè el seu consum sigui conscient, racional, crític, responsable i respectuós amb el medi ambient. Els tallers són molt variats, i van des de l'euro, l'alimentació i la compra, els mecanismes de defensa del consumidor fins al joc i la joguina, medi ambient i altres temes de valor social.



Per realitzar els tallers es tenen en compte tant recursos humans com recursos materials. Els monitors es desplacen als col·legis de la Regió per desenvolupar els tallers directament a les aules, aportant materials didàctics i documentació suficient relacionada amb el tema que es tracta. També s'utilitzen cintes de vídeo, diapositives, retroprojector, pissarra, etc. El desenvolupament dels temes es realitza de manera senzilla i entenedora per als alumnes, sense utilitzar termes tècnics ni llenguatge pretensions, fins i tot es realitzen casos pràctics que es corresponen amb fets viscuts personalment pels alumnes.

# RESSEYES

## 133 Tallers d'educació del consumidor

Material didàctic que adapta la publicació «100 tallers d'educació del consumidor», que es va realitzar l'any 1987. En aquesta publicació destaquen dues novetats importants:

1. La incorporació de nous temes, d'acord amb la situació actual dels consumidors, basats en les lleis vigents.
2. La utilització de noves tecnologies en presentar el material en format Cd-rom, que facilita la recerca de temes d'interès per al formador i, en definitiva, una major comoditat i agilitat en l'ús.

Els continguts que es proposen en aquest material s'han agrupat entorn de deu blocs temàtics: **Alimentació, Comprar en el segle XXI, Usuaris/ies de serveis, Habitatge, Publicitat i mitjans de comunicació, Jocs, joguines i altres, Salut i seguretat, Ecoconsum, El culte al cos, Consumidors/res informats/des.**

Dintre de cadascun dels blocs s'inclouen diferents tallers que es relacionen en un índex general. Cada taller s'estructura en els següents apartats:

1. Introducció: Es justifica la necessitat d'abordar el tema.
2. Objectius del taller, així com el nivell educatiu al qual es dirigeix.
3. Descripció del taller: S'especifica la infraestructura necessària, el material i les propostes d'activitats.
4. Material pedagògic per al professorat—inclou informació general i fitxes de suport—. Es tracta de materials útils perquè el professorat pugui organitzar correctament els continguts del taller, guiar les propostes d'activitats, etc.
5. Material didàctic per a l'alumnat, on es proposen diferents fitxes que poden facilitar l'activitat dels qui desenvolupen el taller.
6. Material gràfic.



## Seminari sobre l'educació per al consum

D'entre les actuacions de difusió que ha endegat l'Escola del Consum de Catalunya, cal destacar la realitzada el propassat 22 de juny, adreçada als professionals dels Centres de Recursos Pedagògics, com a agents dinamitzadors de les activitats que el mercat ofereix per a la realització de sortides escolars que complementin de manera lúdica allò que s'ha tractat a classe. A l'esmentada jornada van poder conèixer «in situ» les instal·lacions de l'Escola i una pràctica dels tallers per a la formació d'un alumnat-consumidor actiu, crític i responsable.



## Guia del consumidor en cadira de rodes

El Departament de Salut i Consum del Govern de Aragó amb la col·laboració de l'Associació de Disminuïts Físics d'Aragó, ha editat aquesta guia que conté aspectes importants per als consumidors en cadira de rodes, especialment els referits a l'accessibilitat a centres comercials, serveis, transports, oci i turisme, habitatge i arquitectura urbana. Així mateix, un dels capítols està dedicat a desenvolupar el concepte de «ajuts tècnics».

Aquesta publicació es pot consultar al web de la Direcció General de Consum del Govern d'Aragó: [www.aragob.es/consumo](http://www.aragob.es/consumo) (secció Publicacions)







## II trobades d'OMIC de la Comunitat de Madrid

La Comunitat de Madrid, en el seu continu esforç per impulsar la participació i el diàleg entre els professionals de consum del seu àmbit territorial, celebra el 19 d'octubre, a San Lorenzo de El Escorial, les II Trobades d'OMIC de la Comunitat de Madrid.

L'objectiu d'aquests és l'anàlisi i debat sobre la Política Regional de la Comunitat de Madrid en matèria de consum en les distintes àrees competencials de protecció dels consumidors. Als actes, hi han participat representants de distintes Serveis Municipals de Consum, així com tècnics de la Direcció General de Salut Pública, Alimentació i Consum de la Comunitat de Madrid, la qual cosa suposa una prometedora col·laboració de cara a futures accions comunes.



## Agenda Europa 2004-2005

La Direcció General de Sanitat i Protecció dels Consumidors de la Comissió Europea ha editat l'Agenda Europa, pensada per ajudar a entendre els drets i obligacions dels consumidors europeus. A Espanya, l'Escola Europea dels Consumidors ha coordinat el projecte per a la Xarxa d'Educació del Consumidor. Durant els mesos de maig i juny d'enguany s'han repartit 45.000 Agendes Europa 2004-2005 entre 490 centres escolars de les Comunitats Autònomes membres de la XARXA.

Per cada 25 agendes s'inclou una guia didàctica per al professorat. Els destinataris han estat l'alumnat i el professorat de quart curs d'Ensenyament Secundari Obligatori.

Actualment s'està desenvolupant el projecte per distribuir l'Agenda Europa 2005-2006.



## Agenda Escolar d'educació, Consum i Medi Ambient 2004-2005

La Junta de Castilla-Lleó ha editat per a aquest any acadèmic, 65.000 exemplars de l'Agenda Escolar d'Educació, Consum i Medi Ambient dirigida als alumnes del tercer cicle d'educació primària. Amb ella es posa a la disposició dels/de les alumnes, un suport documental que recull, entre d'altres, continguts sobre diferents temes de consum, amb la pretensió d'aportar-los, des d'una òptica útil i molt pràctica per a la vida diària, coneixements clars i concisos en aquesta matèria. Amb la seva lectura, podran reflexionar sobre els seus actes de consum i evitar adquirir hàbits incorrectes o prendre decisions poc meditades. Es pot consultar el seu contingut al nostre portal:

[www.jcyl.es/consumo](http://www.jcyl.es/consumo)



## Programa d'Educació del Consumidor a l'Escola pel curs 2004/2005

A partir de setembre, tots els centres educatius de la Comunitat Valenciana rebran el quadern informatiu del Programa d'Educació del Consumidor a l'Escola per al curs 2004/2005. El professorat podrà optar entre més de 35 recursos i materials didàctics diferents per abordar a l'aula projectes d'educació del consumidor, així com accedir a subvencions per desenvolupar projectes d'investigació educativa en aquesta matèria.



**Organisme:** Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria  
**Adreça:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander  
**Telèfon:** 942 210600 **Fax:** 942 210867 **A/e:** escuela@infoconsumo.es  
**Persona de contacte:** Nieves Álvarez



**Organisme:** Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias  
**Adreça:** C/ Santa Susana, 20, 2º, 33007 Oviedo  
**Telèfon:** 985 108303 **Fax:** 985 108310 **A/e:** rafaelgb@princast.es  
**Persona de contacte:** Rafael González del Busto



**Organisme:** Dirección General de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana  
**Adreça:** C/ Colón 32, 46004 Valencia  
**Telèfon:** 96 3184224 **Fax:** 96 3184217 **A/e:** lopez\_mjorod@gva.es  
**Persona de contacte:** M<sup>a</sup> José López Ródenas



**Organisme:** Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia  
**Adreça:** Plaza de Europa, 10 A, 2º, 15703 Santiago de Compostela  
**Telèfon:** 981 545570 **Fax:** 981 544599 **A/e:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es  
**Persona de contacte:** Esther Álvarez Fernández



**Organisme:** Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
**Adreça:** C/ Berna, 1, 4º, 45071 Toledo  
**Telèfon:** 925 284530 **Fax:** 925 226206 **A/e:** asalcedo@jccm.es  
**Persona de contacte:** Alejandro Salcedo Aznal



**Organisme:** Dirección de Consumo del Gobierno Vasco  
**Adreça:** C/ Donostia nº 1, 01010 Vitoria  
**Telèfono:** 945 019924 **Fax:** 945 019947 **A/e:** n-ribado@ej-gv.es  
**Persona de contacte:** Nekane Ribado Vitorica



**Organisme:** Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura  
**Adreça:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª planta 06800 Mérida (Badajoz)  
**Telèfon:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **A/e:** ana.grande@sc.juntaex.es  
**Persona de contacte:** Ana Grande Murillo



**Organisme:** Dirección General Salud Pública, Alimentación y Consumo de la Comunidad de Madrid  
**Dirección:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28002 Madrid  
**Telèfon:** 91 5803219 **Fax:** 91 4205826 **A/e:** susana.gil@madrid.org  
**Persona de contacte:** Susana Gil



**Organisme:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón  
**Adreça:** Avda. Pablo Gargallo, 3 1º Planta, 50071 Zaragoza  
**Telèfon:** 976 714792 **Fax:** 976 715609 **A/e:** formacion.consumo@aragob.es  
**Persona de contacte:** Francisca Pérez Jiménez



**Organisme:** Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Junta de Castilla y León  
**Adreça:** Paseo Zorrilla, 1, 47007 Valladolid  
**Telèfono:** 983 413196 **Fax:** 983 412538 **A/e:** heralvca@jcyll.es  
**Persona de contacte:** Carmen Herrero Álvarez



**Organisme:** Dirección General de Educación y Dirección General de Ordenación y Desarrollo Económico del Gobierno de la Rioja  
**Adreça:** C/ Portales, 46, 1º, 26071 Logroño  
**Telèfon:** 941 291203 **Fax:** 941 291712 **A/e:** consumo.formacion@larioja.org  
**Persona de contacte:** M<sup>a</sup> José Gómez de Segura



**Organisme:** Consejería de Desarrollo Económico, Comercio y Empleo del Cabildo de Tenerife  
**Adreça:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife  
**Telèfon:** 922 314501 **Fax:** 922 239979 **A/e:** ldominguez@cabtfe.es  
**Persona de contacte:** Luis Domínguez Rodríguez



**Organisme:** Institut Català del Consum de la Generalitat de Catalunya  
**Adreça:** Gran Via Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona  
**Telèfon:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **A/e:** aula@icconsum.org  
**Persona de contacte:** Julià Guimerà Gargallo



**Organisme:** Dirección General de Consumo  
**Adreça:** Ronda Levante, 11, 30071 Murcia  
**Telèfon:** 968 366815 **Fax:** 968 366817 **A/e:** mrosa.sancho@carm.es  
**Persona de contacte:** Maria Rosa Sancho Celdrán

## MÉS CONCRET

La XARXA E\_CONS se centra en l'àrea temàtica d'Educació dels Consumidors (EC). Al mercat es poden trobar multitud de productes, béns i serveis, cada vegada més sofisticats, que compleixen aparentment les mateixes finalitats. Per realitzar eleccions correctes, els consumidors haurien de ser capaços d'aplicar criteris múltiples de manera que aquestes eleccions es produeixin de manera informada, tenint en compte les seves necessitats, possibilitats econòmiques i conviccions personals.

Atès que la XARXA es dirigeix al professorat d'escolars d'entre 3 i 18 anys, vam plantejar el seu desenvolupament tenint com a marc els deu grans blocs temàtics que aborden les problemàtiques que tenen plantejades els consumidors europeus: alimentació i nutrició; comprar en el segle XXI; usuaris de serveis; l'habitatge; publicitat i mitjans de comunicació; jocs, joguines i material escolar; salut i seguretat; eco-consum; el culte al cos; consumidors/es informats/des.

Al llarg de la vida del projecte s'aniran desgranant i adaptant els continguts d'alguns d'aquests temes (dos cada any com a mínim, prestant especial atenció als temes 1, 2, 5, 6, 8 i 9) a l'edat evolutiva de l'alumnat i als currículums de cada país; de manera que el seu desenvolupament s'integri en la vida escolar de manera transversal, intentant arribar a objectius propedèutics que preparin l'alumnat per seguir la seva formació integral al llarg de la vida i objectius consumeristes, perquè sigui capaç d'actuar com a consumidor format i informat.

## VOLUM

E\_CONS està integrada per 28 institucions membres i 195 institucions col·laboradores de 19 països (Bèlgica, Alemanya, Grècia, Espanya, França, Itàlia, Luxemburg, Portugal, Regne Unit, Bulgària, República Txeca, Xipre, Letònia, Lituània, Hongria, Polònia, Romania, Eslovènia i República Eslovaca) i per 849 centres escolars de 16 països (Alemanya, Grècia, Espanya, França, Irlanda, Itàlia, Portugal, Suècia, Regne Unit, Noruega, Bulgària, Xipre, Lituània, Hongria, Romania i Turquia).

En total, E\_CONS té integrants de 23 països europeus. A més d'aquests països, Armènia i Macedònia, que participaran pagant les seves pròpies despeses.

Pretenem que la XARXA abasti un mínim de 1.000 centres escolars dels 31 països elegibles: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Bulgària, Xipre, Dinamarca, Eslovàquia, Eslovènia, Espanya, Estònia, Finlàndia, França, Grècia, Hongria, Irlanda, Islàndia, Itàlia, Liechtenstein, Letònia, Lituània, Malta, Noruega, Països Baixos, Polònia, Portugal, Regne Unit, República Txeca, República Eslovaca, Romania, Suècia i Turquia.

Les comunitats autònomes espanyoles incloses en aquesta XARXA editen totes aquesta revista. No obstant això, en ella poden participar (i de fet hi participen) professors interessats en l'Educació del Consumidor de totes les comunitats autònomes i de tots els països europeus.

## ASPECTES FINANCERS

El projecte té un pressupost total de 608.700 euros.

La Comissió Europea finançarà el projecte amb un màxim de 456.525 euros i la resta, és a dir, 152.175 euros, l'aportaran els socis.

El projecte té, inicialment, una durada de 3 anys.



Generalitat de Catalunya  
**Institut Català del Consum**