



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana del Consum

ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA

Guia docent per a
ESO, batxillerat i cicles formatius

Curs 2014-2015

ÍNDEX

1. PRESENTACIÓ	3
2. L'EDUCACIÓ DEL CONSUM	3
3. L'ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA.....	4
4. MARC EDUCATIU DE L'ESCOLA DEL CONSUM	5
5. PROPOSTA EDUCATIVA.....	9
5.1 DESCRIPCIÓ DELS TALLERS GLOBALS.....	12
Què em poso aquest matí?	12
Em sento bé?.....	14
És dissabte, què fem?	16
5.2 DESCRIPCIÓ DELS TALLERS ESPECÍFICS	18
Quines regles té el consum?	18
La xocolata és dolça per a tothom?.....	20
L'aigua està sempre en equilibri?.....	22
Missatges o missatgers?.....	24
Em serveixen els serveis?	26
Com sé què compro?	28
Ho puc trobar a la xarxa?.....	30
On tinc els meus diners?.....	32
Anem de compres?	34
6. BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	36

1. PRESENTACIÓ

L'Agència Catalana del Consum (ACC) és un organisme autònom de la Generalitat de Catalunya, que té com a objectiu principal garantir els drets de les persones com a consumidores de béns i productes i usuàries de serveis. Entre els diferents objectius de l'ACC destaca el fet de formar, informar i educar les persones consumidores. Per aquest motiu, el 2003 es va crear l'Escola del Consum de Catalunya (ECC).

L'ECC és un servei públic gratuït que vol afavorir i potenciar la presència de l'educació del consum dins l'àmbit educatiu català. Aposta per una interacció entre activitat docent, innovació metodològica i recerca en aspectes de consum, i per aquest motiu es configura com un Centre Permanent d'Educació en Consum.

Apostant per l'equitat territorial, l'ECC ofereix les seves activitats a tots els centres educatius de Catalunya, per a la qual cosa disposa de diferents equips educatius que es desplacen arreu del territori català atenent la demanda de tallers d'educació en consum.

El curs acadèmic 2014-2015 és l'onzè curs de funcionament de l'ECC. Al llarg del seu funcionament, l'ECC ha anat definint i consolidant una oferta educativa i una línia pròpia d'entendre l'educació del consum que configura la identitat de l'ECC. En aquest context, l'Escola del Consum de Catalunya ofereix un espai complet on fer activitats que permeten a l'alumnat reflexionar i aprofundir sobre diferents temàtiques relacionades amb els actes quotidians de consum.

L'oferta educativa de l'ECC consta d'un seguit d'activitats per als alumnes de Primària, Secundària, Batxillerat, Cicles Formatius i Educació Especial. Aquest curs es vol millorar l'accessibilitat als tallers i per aquest motiu s'ha ampliat l'oferta per a què els tallers puguin ser realitzats tan a les instal·lacions de l'ECC com en els mateixos centres educatius.

2. L'EDUCACIÓ DEL CONSUM

En gairebé tots els actes que fem diàriament hi és present el consum: quan ens rentem la cara, quan fem una trucada, quan obrim el llum, etc. Davant d'aquest fet tant quotidià, no només són necessàries les mesures polítiques i legislatives que protegeixin els drets i els deures dels consumidors, sinó que també cal educar perquè els ciutadans prenguin consciència de la pròpia condició de persones consumidores, a fi que coneguin quins són els seus drets i els seus deures.

Educar els consumidors i les consumidores del segle XXI comporta plantejar-se el repte d'afavorir la formació d'una ciutadania crítica, activa i responsable:

Crítica, perquè davant els actes de consum sigui capaç de fer una anàlisi, de formar-se una opinió i de contrastar punts de vista de manera constructiva.

Activa, perquè en una societat democràtica la formació de les persones ha d'estar orientada a actuar en relació amb el medi. Des d'aquesta perspectiva, un acte de consum és una manera d'actuar que té diferents moments: des de decidir que es té una necessitat i escollir un producte, fins a arribar al moment en què cal utilitzar i mantenir allò que hem adquirit.

Responsable, perquè permet construir un model de consumidor capaç d'assumir les seves decisions, de ser conscient de les conseqüències que tenen les seves accions sobre el medi i de mesurar-ne l'impacte. Un consumidor amb visió global és capaç d'entendre que els actes de consum tenen dimensions que evolucionen en el temps i l'espai i que, per tant, cal fer-los de manera reflexiva.

En definitiva, educar el consum pot ser una oportunitat per formar joves crítics, actius i responsables. Una eina per a ajudar els individus a construir la seva manera de situar-se davant del món.

3. L'ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA

L'ECC neix amb la intenció d'afavorir la presència de l'educació del consum en l'àmbit educatiu català. Els seus objectius generals són:

1. Constituir un espai permanent de treball de l'educació del consum en l'àmbit català.
2. Afavorir l'accés de la població escolar de Catalunya a l'educació del consum.
3. Facilitar la inclusió de l'educació del consum en els currículums de les diferents etapes del sistema educatiu.

Per d'assolir els objectius anteriors, el Codi del consum de Catalunya preveu un centre permanent d'educació en consum, on realitzar l'activitat docent, que es veu retroalimentada amb dues activitats més: la innovació i la investigació.

L'activitat docent es duu a terme diàriament en l'àmbit geogràfic català a través de tallers. Els tallers estan dirigits a l'alumnat d'Educació Primària, d'Educació Secundària Obligatòria, de Batxillerats, de Cicles Formatius i d'Educació Especial. També es fan seminaris per a estudiants i professionals del món educatiu, i activitats en contextos d'educació no formal, en l'àmbit del lleure.



La innovació se centra en la recerca constant de noves formes d'introduir l'educació del consum en el currículum escolar. Es prenen com a referents teòrics el paradigma de la complexitat, els models socioconstructivistes de l'explicació dels processos d'ensenyament-aprenentatge i la definició dels objectius en termes de competències. Pel que fa a la metodologia, es treballen de manera intensa el paper de les preguntes com a motor d'aprenentatge, la incorporació de l'art dins de les activitats, i el significat i la funcionalitat dels tallers en la vida quotidiana de l'alumnat.



La investigació pretén dotar la institució d'un bagatge teòric que fonamenti la resta d'àmbits. Actualment es porten a terme dues línies d'investigació paral·leles: les investigacions acadèmiques i les descriptives. Les primeres, aprofundeixen en el marc teòric i conceptual del paradigma de la complexitat. Es concreten en el diàleg disciplinari com a forma per abordar els fenòmens des de diferents disciplines i models d'educació del consum del professorat de secundària de Catalunya. Per altra banda, les investigacions descriptives pretenen aprofundir en el coneixement dels hàbits de consum dels joves de Catalunya.



La confluència dels tres aspectes (docència, investigació i innovació) fa que l'ECC tingui la dimensió de Centre d'Estudis de l'Educació del Consum: és un espai en què la investigació enriqueix l'acció educativa diària a través de la innovació constant. Esdevé, doncs, un plantejament en contínua evolució que pretén estimular la presència de l'educació del consum en els currículums educatius de les diverses etapes i àmbits educatius.

4. MARC EDUCATIU DE L'ESCOLA DEL CONSUM

L'objectiu bàsic del disseny de les activitats de l'ECC és reflectir en cada una de les activitats el model de ciutadania pel qual s'opta. Això implica definir eines metodològiques que possibilitin introduir a cada una de les propostes educatives el pensament crític, la necessitat d'actuar i la responsabilitat. Des de l'ECC entenem l'educació del consum amb un model propi i identitari que es fonamenta en uns eixos didàctics que orienten la proposta i en una manera d'organitzar les activitats (seqüències d'ensenyament-aprenentatge).

Quins eixos didàctics orienten la proposta?

La proposta educativa de l'Escola del Consum de Catalunya pren com a referents els eixos didàctics següents:

Partir de preguntes significatives, ja que un posicionament ciutadà responsable davant del consum pot ser fer-se preguntes per seguidament buscar la resposta mitjançant la informació, la reflexió i la definició d'una estratègia d'acció. Per això les activitats tenen com a punt de partida una pregunta. La pregunta permet detectar els models explicatius inicials de l'alumnat, ajuda a orientar l'alumnat sobre els continguts que es treballaran i serveix per tancar la proposta amb una activitat vinculada a l'acció.

Evitar el reduccionisme, ja que el consum ens demana prendre opcions com a ciutadans. Això implica construir una estratègia pròpia a partir de les informacions que trobem al medi i de les pròpies creences, fugint de la còpia sistemàtica de consignes elaborades per altres. Per això la proposta didàctica de l'ECC no es fonamenta en informacions tancades i molt menys en judicis de valor. S'ha optat més aviat per partir de les experiències de l'alumnat per, seguidament, estimular la reflexió i buscar el diàleg amb altres companys i companyes per definir els propis posicionaments.

Considerar la dimensió artística ja que en el posicionament dels individus davant del consum tenen gran rellevància aspectes com la bellesa, la seducció, l'harmonia, el ritme... que permeten establir empatia entre l'individu i el fenomen que es treballa. Per això, des de l'ECC es fa una aposta decidida per l'art com a forma d'establir lligams significatius entre l'expressió de les pròpies experiències, la seva comunicació i la construcció cultural dels fenòmens propers. En la proposta didàctica apareix de forma significativa una disciplina artística que vol estimular el diàleg entre la racionalitat i la dimensió estètica. D'aquesta manera les disciplines artístiques es constitueixen com a oportunitats per a reflexionar sobre el fenomen del consum des d'un vessant també emocional.

Utilitzar diversitat de llenguatges, ja que la convergència de diversitat d'enfocaments davant el consum enriqueix la construcció del seu significat. Per això, la proposta didàctica de l'ECC parteix d'alguns dels llenguatges següents: el poètic, el visual, el musical, el científic, el matemàtic, el narratiu... Es busca estimular en l'alumnat l'ús simultani d'una diversitat de llenguatges per representar les seves vivències entorn del consum, amb la finalitat de construir missatges que recullin una varietat de perspectives que s'adrecin a multitud d'audiències.

Afavorir la creativitat, ja que per abordar situacions noves sovint necessitem nous enfocaments que es poden crear a partir de la imaginació. Es busca la producció de missatges oberts que cada grup justifiqui tenint en compte la informació de què disposa i la reflexió realitzada. El material estimula l'intercanvi de punts de vista entre l'alumnat, l'accés a informació diversa, el contrast de punts de vista amb altres persones amb la finalitat de proposar els propis arguments des del consens.

Apostar per la ciutadania, ja que el consum és una forma d'intervenció social i som les persones, amb la nostra iniciativa, les principals impulsores dels canvis en la comunitat. Per això el material aposta per la participació activa de l'alumnat, estimulants la relació entre el treball individual i el treball cooperatiu, i afavorint espais de diàleg i intercanvi d'idees des de la reflexió i el rigor conceptual. Amb la finalitat d'aprofundir en la dimensió ciutadana de

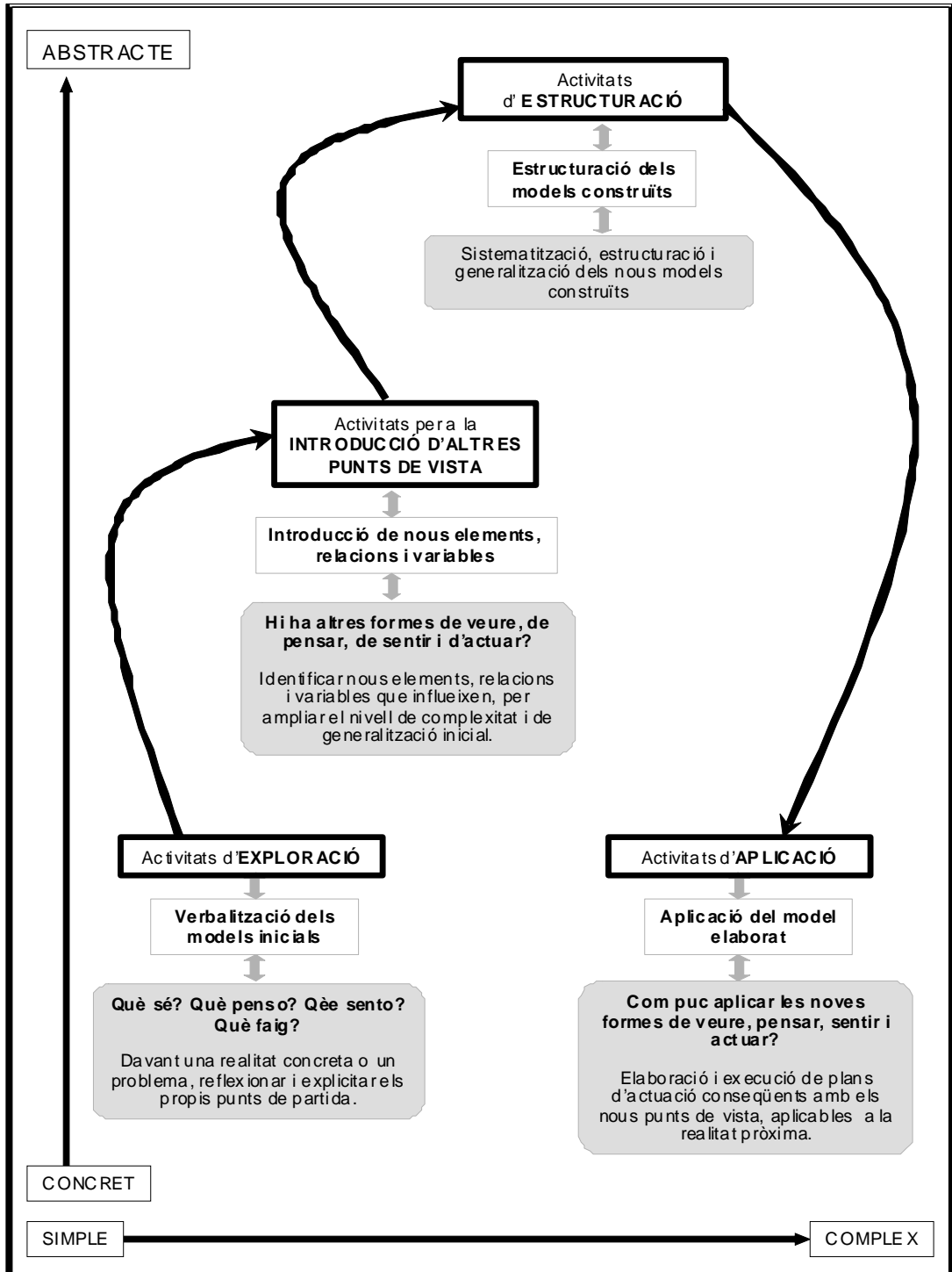
l'alumnat i de fent-lo conscient de les regles que orienten la participació cívica dins les societats democràtiques i d'estimular-ne la intervenció sobre el medi.

Establir espais de diàleg entre les àrees curriculars, ja que els fenòmens vinculats al consum són un punt de trobada entre diversitat de mirades. Per això a la proposta didàctica es treballen continguts propis de diverses disciplines curriculars amb l'objectiu d'utilitzar els seus models explicatius per afavorir la comprensió dels actes de consum. Cada proposta didàctica presenta continguts d'àrees curriculars diverses i així s'estimula la reflexió en cada àrea i s'estableixen relacions entre els seus continguts, amb la finalitat de definir estratègies d'actuació des d'una perspectiva àmplia.

Com s'organitzen les activitats?

La proposta didàctica s'organitza entenent que l'aprenentatge és un procés en què l'alumnat canvia els seus models explicatius sobre els fenòmens del món. Per a afavorir aquest procés, els contextos d'aprenentatge es converteixen en espais on entren en diàleg les concepcions pròpies de l'alumnat, els models explicatius que li arriben en interacció amb altres (companys, equip docent, especialistes, fonts d'informació diverses...) i el coneixement derivat de la diversitat de disciplines curriculars. Per afavorir el procés de canvi de models les activitats que es presenten estan organitzades en forma de seqüències d'ensenyament-aprenentatge amb una lògica constructivista en forma de cicles d'aprenentatge. Cada seqüència està formada per quatre tipus d'activitats:

- *Activitats d'exploració* que tenen com a funció verbalitzar els punts de vista inicials sobre el fenomen que s'ha de treballar. Són activitats que ajuden a centrar l'atenció en l'objecte d'estudi. Generen una dinàmica en la qual es pot compartir i reconèixer la diversitat de punts de vista en les explicacions i en les interpretacions, en els interessos, en les formes de formular un mateix problema o en les formes d'organitzar dades, etc.
- *Activitats d'introducció de continguts* que afavoreixen la confrontació del propi coneixement amb el dels altres, amb les dades que aporten noves observacions, amb l'explicació d'experts, el coneixement disciplinar, etc.
- *Activitats d'estructuració* que estimulen l'encaix personal que cada individu fa entre els seus models inicials de partida i les noves aportacions introduïdes. És un procés de reestructuració del pensament que permet reconèixer els nous models que s'han elaborat i que possibilita comunicar-los als altres coherentment esquematitzats i estructurats.
- *Activitats d'aplicació* que donen oportunitats perquè l'alumnat apliqui els nous models explicatius que ha anat construint a situacions o contextos diversos, perquè puguin enriquir-los i consolidar-los. Són activitats que plantegen noves qüestions sobre la temàtica estudiada. Faciliten la utilització de llenguatges diferents per a explicitar les representacions construïdes. També permeten trobar noves aplicacions al model construït per reforçar-ne i, simultàniament, ampliar-ne el significat.



Font: Adaptació de Jorba, J. Sanmartí, N. (1996). *Enseñar, aprender y evaluar: un proceso de regulación continua*, Madrid, MEC i Pujol, R.M (2003) *Didáctica de las ciencias experimentales en la educación primaria*. Madrid. Síntesis.

En definitiva, la proposta didàctica de l'Escola del Consum de Catalunya pretén afavorir la formació de l'alumnat com a membre de la societat en un context democràtic en el qual cada persona és constructora del seu entorn. Per això s'afavoreix la presa d'opcions personals des de la reflexió i es fuig d'una visió de l'educació del consum que tendeixi al consell tancat, i sovint dogmàtic, que no ajuda a construir la pròpia identitat. S'estimula en l'alumnat la formulació de preguntes per sobre de la transmissió d'informació, ja que s'aposta per una ciutadania que davant de noves situacions sigui capaç de fer-se preguntes que l'ajudin a prendre una posició des de la reflexió. Es busca incorporar la dimensió emocional mitjançant l'art per fugir de la raó com a única font de coneixement i per posar en evidència que en les nostres decisions quotidianes l'emoció té un paper determinant. Amb aquest plantejament es vol capacitar l'alumnat per definir les pròpies estratègies d'acció en el medi com a forma d'estimular la dimensió de responsabilitat en les accions quotidianes sense perdre de vista els seus drets com a membres de la ciutadania.

Així doncs, el consum apareix com un fenomen que, lluny de tancar-se en ell mateix, és una plataforma per apropar-se i actuar davant el món. És una oportunitat perquè infants i joves aprofundeixin en el coneixement del seu entorn prenent com a eix significatiu les pròpies experiències com a consumidors i consumidoras.

5. PROPOSTA EDUCATIVA

Des de l'Escola del Consum de Catalunya s'entén l'educació d'una manera comprensiva i atenta a la diversitat, que s'ajusta a les característiques individuals i socials de tot l'alumnat. S'entén, doncs, **l'educació de l'alumnat com una educació de la ciutadania**.

Assumir el repte d'educar l'alumnat des del concepte de ciutadania i de consumidor implica plantejar-se una oferta educativa de l'ECC que abasteixi diversos sectors i agents socials del món educatiu.

En el cas de **l'Educació Secundària, Batxillerats i Cicles Formatius**, la dinàmica general d'una visita consta d'una presentació inicial, en què s'afavoreix que l'alumnat prengui consciència del seu paper com a consumidor i de la realització de tallers.

Es pot optar entre dues modalitats de visita, ja que els tallers es poden realitzar a la seu de l'ECC a Barcelona o al propi centre educatiu. Les ofertes educatives varien en funció de si es realitzen a un lloc o l'altre:

Tallers a la seu de l'ECC

Quan l'activitat es **realitza a la seu de l'ECC** (c/ Pamplona, 113, Barcelona), té una **durada de tres hores**. Per a la realització dels tallers, el grup aula es divideix en dos grups de treball més reduïts. El **professorat pot escollir la temàtica dels tallers**, segons les seves preferències i els continguts treballats a l'aula, i es pot optar entre:

- **tallers globals:** tenen una durada de tres hores. A partir d'un tema quotidià, es tracten de manera global diferents temàtiques relacionades amb el consum incidint sobretot en els continguts actitudinals.
- **tallers específics:** en la visita es fan tres tallers específics de 45 minuts. S'ofereix un ventall de nou tallers específics centrats en una temàtica concreta de consum.

OFERTA EDUCATIVA PER FER TALLERS A LA SEU DE L'ECC

TALLERS GLOBALS (un per sessió)



Què em poso aquest matí?
La roba i els criteris de compra

Em sento bé?
Els estils de vida saludables

És dissabte, què fem?
La gestió de l'oci i el pressupost

TALLERS ESPECÍFICS (tres per sessió)



Quines regles té el consum?
Drets i deures de les persones consumidores

La xocolata és dolça per a tothom?
Consum solidari

L'aigua està sempre en equilibri?
Consum sostenible

Missatgers o missatgers?
La publicitat a la vida quotidiana

Em serveixen els serveis?
Contractació i ús

Com sé què compro?
L'etiquetatge dels productes alimentaris

Ho puc trobar a la xarxa?
Comerç electrònic i navegació segura

On tinc els meus diners?
Estalvi i despesa

Anem de compres?
Els productes: l'etiquetatge i les emocions

Tallers al centre educatiu

Un equip de dos educadors es desplaça al centre educatiu per realitzar els tallers. S'ofereix aquesta possibilitat a tots els centres educatius de Catalunya.

La durada de l'activitat és de 2 hores i es pot optar entre:

- **tallers globals:** tenen una durada de dues hores. A partir d'un tema quotidià, es tracten de manera global diferents temàtiques relacionades amb el consum incidint sobretot en els continguts actitudinals.
- **tallers específics:** tenen una durada de dues hores. S'ofereixen sis opcions diferents compostes de dos tallers específics centrats en una temàtica concreta de consum.

OFERTA EDUCATIVA PER FER TALLERS AL CENTRE EDUCATIU

TALLERS GLOBLALS (un per visita)



L'aigua està sempre en equilibri?
Consum sostenible



Què em poso aquest matí?
La roba i els criteris de compra



Em sento bé?
Els estils de vida saludables



És dissabte, què fem?
La gestió de l'oci i el pressupost

COMBINACIÓ DE DOS TALLERS PER VISITA

Opció 1



Quines regles té el consum?

Drets i deures de les persones consumidores

+

Missatgers o missatgers?

La publicitat a la vida quotidiana

Opció 2



Missatgers o missatgers?

La publicitat a la vida quotidiana

+

Anem de comprar?

Els productes: l'etiquetatge i les emocions

Opció 3



Ho puc trobar a la xarxa?

Comerç electrònic i navegació segura

+

Quines regles té el consum?

Drets i deures de les persones consumidores

Opció 4



Quines regles té el consum?

Drets i deures de les persones consumidores

+

Em serveixen els serveis?

Contractació i ús

Opció 5



La xocolata és dolça per a tothom?

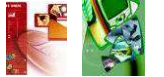
Consum solidari

+

Com sé què compro?

L'etiquetatge dels productes alimentaris

Opció 6



On tinc els meus diners?

Estalvi i despesa

+

Em serveixen els serveis?

Contractació i ús

5.1 DESCRIPCIÓ DELS TALLERS GLOBALS

Què em poso aquest matí?



"Què em poso aquest matí?" és una pregunta que ens fem diàriament i que ens condueix a parlar inevitablement de consum: consum d'aigua i sabons per a la dutxa, de roba, de sabates... En aquest taller s'identifiquen els factors que influeixen a l'hora d'escollir tots aquests productes.

Se segueix la pista dels texans (des del camp on es cultiva el cotó fins a l'armari de casa) per tal de descobrir els diferents criteris que es poden considerar a l'hora de prendre la decisió de compra: econòmics, ecològics, legals, de salut, de moda...

Competències

- Aprendre a construir argumentacions sobre les pròpies decisions en referència al propi estil de vestir per tal de poder actuar amb criteri davant de les influències del medi social i cultural.
- Conèixer el procés de producció d'uns pantalons i les conseqüències socials i ecològiques que té per tal de poder comprar amb més consciència global.
- Ser conscients de la quantitat de diners que es destinen a vestir-se diàriament, per tal de saber gestionar autònomament el pressupost.
- Conèixer els mecanismes que ofereix l'Administració (fulls de reclamació) per tal de poder resoldre els possibles conflictes de consum.
- Adquirir consciència que la moda pot afectar la salut a fi d'afavorir uns hàbits de vestir saludables

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- El consum entès com un acte d'intervenció de l'entorn, amb unes conseqüències socials i ambientals
- Influències externes a l'hora de consumir (moda, publicitat, amics...)
- Diversitat d'estils a l'hora de vestir
- Gestió del pressupost
- Organització dels propis criteris de compra

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Ciències Socials	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Lectura i interpretació de mapes, plànols i imatges, per caracteritzar àmbits geopolítics i econòmics.</i> • <i>Descripció de casos d'impacte mediambiental derivats de l'acció humana.</i> • <i>Reconeixement i aplicació de conceptes bàsics d'economia a l'anàlisi del funcionament de les activitats econòmiques i de l'organització del món del treball en un món globalitzat.</i> • <i>Valoració de les conseqüències de la globalització de l'economia, entre les quals la deslocalització industrial i les noves formes de comerç. Anàlisi d'intercanvi desigual entre països.</i>
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Anàlisi de les propietats i usos de les diferents fibres tèxtils.</i> • <i>Reconeixement de la transformació industrial de les matèries primeres.</i> • <i>Identificació d'accions relacionades amb la comercialització de productes. Valoració del consum responsable.</i> • <i>Anàlisi d'un procés industrial proper com la producció de roba.</i> • <i>Valoració de l'impacte de la transformació de les matèries primeres en el medi.</i>
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació i rebuig de situacions d'incompliment dels drets humans a nivell global, així com l'incompliment dels drets dels treballadors, relacionats amb la comercialització de la roba.</i> • <i>Identificació dels trets constitutius de la pròpia identitat, expressants en les opcions de la construcció del propi estil a l'hora de vestir.</i> • <i>Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar, identificant els diferents tipus de raonaments implicats i reconeixent les coherències i contradiccions entre els judicis i les accions.</i>

Descripció del taller

L'activitat comença amb una activitat d'exploració en què l'alumnat ha de vestir un maniquí amb roba real. Això permet identificar amb quins criteris l'alumnat escull la roba per vestir-se habitualment.

Per tal d'ampliar el ventall de criteris, es fa una sèrie d'activitats en què se segueix la pista d'uns texans, des de l'obtenció de la matèria primera, passant pel disseny, la botiga, i fins a arribar finalment a casa. Tenint en compte aquest procés, cada activitat permet fer una reflexió concreta al voltant dels diferents criteris que podem utilitzar a l'hora de triar la roba: aspectes econòmics, ecològics, de moda, de qualitat, de salut, aspectes legals, socials...

Per a acabar i amb la voluntat d'aplicar els continguts treballats, es realitza una simulació de compra mitjançant un catàleg tipus "tria la teva aventura" en petits grups. Cada grup rep una quantitat diferent de diners i ha de comprar tenint en compte tots els criteris treballats.

Em sento bé?



Entenent la salut des d'un punt de vista ampli, el taller se centra en l'estil de vida. Cada persona té el seu propi estil de vida, que serà més o menys saludable segons la manera que tingui d'alimentar-se, de passar el temps lliure, de relacionar-se amb els altres, etc.

Per treballar-ho es fan activitats centrades en dos eixos: la relació amb un mateix (tenint en compte el benestar físic i el benestar psíquic) i la relació amb els altres.

Competències

- Identificar els diferents factors que relacionen el fenomen del consum amb la salut a fi de prendre decisions amb referència al propi benestar físic, psíquic i social.
- Valorar la conveniència de tenir un estil de vida saludable per a orientar les pròpies decisions en relació amb els hàbits de consum.
- Aprendre a construir argumentacions sobre les pròpies decisions amb referència a la salut i el consum per poder actuar amb criteri davant de les influències del medi social i cultural.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Estils de vida saludables
- Els valors socials i la pressió de grup com a influència externa en les decisions individuals
- Presa de decisions
- Alimentació equilibrada i opcions a l'hora de preparar el menjar
- Serveis públics i privats vinculats a la salut
- Diversitat i dinamisme en els estils de vida

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Ciències de la naturalesa	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Plantejament de preguntes que comportin l'establiment de relacions entre variables.</i> • <i>Concepte d'alimentació equilibrada i conductes relacionades amb l'alimentació.</i> • <i>Valorar la importància dels hàbits saludables com l'alimentació variada i equilibrada, l'exercici físic i el descans per a l'equilibri i el bon desenvolupament personal.</i>
Visual i Plàstica	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació i experimentació amb elements del llenguatge visual (els colors) com a configuratius de formes i imatges.</i> • <i>Experimentació i utilització de procediments de representació en funció de les intencions comunicatives, informatives, expressives, descriptives, reflexives i crítiques.</i>
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació dels trets constitutius de la pròpia identitat. Valoració dels interessos personals, del benestar propi i dels altres. Expressió i gestió de les pròpies emocions i autogestió de les pròpies conductes.</i> • <i>Identificació i presa de consciència dels elements del context social i cultural que condicionen el sistema de valors propi i que poden influir en la pròpia presa de decisions, analitzant especialment els estereotips que tendeixen a imposar-se com a models de conducta.</i> • <i>Respecte i valoració crítica per les opinions i plantejaments dels altres, desenvolupant una actitud autocrítica davant de les opcions i plantejaments propis i la capacitat per expressar opinions i judicis de forma assertiva.</i> • <i>Identificació i coneixement de les institucions sanitàries.</i>

Descripció del taller

Es comença amb una activitat d'exploració en què es passen un seguit de fotografies i l'alumnat ha d'identificar quina relació tenen amb la salut. Aquesta activitat permet presentar la salut des d'un punt de vista ampli.

El fil conductor del taller és la història d'una adolescent. Mitjançant unes vinyetes de còmic es presenta un dia quotidià de la Sara: cada vinyeta representa una situació, i a cada situació es fa una pregunta. Les preguntes ens conduiran a les diferents activitats d'introducció de continguts centrades cadascuna en un aspecte diferent: **Què em faig avui per dinar?** per treballar el benestar físic, **Què és important per ser feliç?** per reflexionar sobre el benestar psíquic, **I tu, què hi dius?** per analitzar la pressió de grup i, finalment, **On vaig si no em trobo bé?** per treballar les diferents institucions sanitàries.

Se segueix amb una activitat d'estructuració que serveix per a ordenar tots els continguts que s'han treballat. Finalment, com a activitat d'aplicació, l'alumnat, per grups, ha d'organitzar el dia d'una persona, pensant quantes hores dormirà, quin exercici farà, què menjarà, quines activitats d'oci realitzarà, etc., intentant fer-ho des d'un punt de vista de la salut.

És dissabte, què fem?



A l'hora de planificar una tarda cal prendre decisions com: amb qui es vol passar l'estona, quina activitat es vol fer, de quant temps es disposa, quants diners es destinen a l'activitat...

Aquest taller tracta de la presa de decisions pel que fa a la gestió de l'oci, i se centra en el consum de serveis (discoteques, cinemes, salons recreatius...).

Competències

- Agafar consciència del preu que tenen els serveis d'oci per tal de saber gestionar la tarda en funció del pressupost disponible.
- Tenir en compte la diversitat de gustos i la diversitat de pressupostos de cada membre del grup d'amics per tal de decidir col·lectivament com passar el temps lliure.
- Conèixer els drets i els deures de les persones consumidores a l'hora de consumir els serveis d'oci per tal de fer-ho des d'una perspectiva ciutadana.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Diversitat de béns i serveis relacionats amb l'oci
- Interacció de diversitat de gustos, preferències i característiques dels companys a l'hora de planificar una tarda junts
- Presa de decisions a l'hora de planificar l'oci
- Gestió del pressupost
- Drets i deures de les persones consumidores

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Distinció i relació entre els drets individuals i els col·lectius i entre els drets i els deures de les persones consumidores.</i> • <i>Respecte i valoració crítica per les opcions i plantejaments dels altres, desenvolupant una actitud autocrítica davant de les opcions i plantejaments propis i la capacitat per expressar opinions i judicis de forma assertiva.</i> • <i>Pràctica de normes cíviques per mitjà de la participació en activitats socials de l'entorn proper, assumint responsabilitats i treballant de forma cooperativa.</i>
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu.</i> • <i>Actitud de cooperació i respecte crític envers les diferències d'opinió en les situacions de treball compartit.</i>
Educació musical	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Classificació i discriminació auditiva dels diversos tipus d'instruments.</i> • <i>Improvisació i creació amb elements bàsics del llenguatge musical, reflexionant sobre els processos creatius i els components essencials del llenguatge musical.</i>

Descripció del taller

Sona igual una tarda a la platja que una tarda de compres en un centre comercial? Tenen el mateix ritme? I la mateixa melodia? Cada tarda sona diferent, de manera que a partir de l'audició d'una peça musical s'explora en la diversitat d'elements que intervenen en la planificació de l'oci.

A continuació es realitzen tres activitats amb dinàmiques participatives per aprofundir en els elements que es poden considerar a l'hora de gestionar l'oci. La primera activitat se centra en les **persones** i la **diversitat d'activitats**, ja que decidir què fer durant una tarda comporta prendre decisions en grup i assumir que hi ha una diversitat (de diners, de gustos, etc.) en el grup d'amics. La segona activitat tracta el **temps** i els **diners**, ja que les tardes tenen diferents preus, no només pel que costa l'activitat en si, sinó també pel temps del qual es disposa. En la tercera activitat es treballen els **drets** i els **deures** de les persones consumidores, ja que saber què es pot fer quan es té un problema de consum pot ajudar a reduir els conflictes vinculats a aquesta pràctica.

Per a acabar, l'alumnat actua com un grup d'amics i ha de decidir com passarà la tarda del dissabte, tot gestionant diners i prenent opcions sobre quines activitats vol fer i quant de temps hi vol destinar. Per a tancar el taller, l'alumnat representarà musicalment la seva tarda amb diversitat d'instruments.

5.2 DESCRIPCIÓ DELS TALLERS ESPECÍFICS

Quines regles té el consum?



Com a persones consumidores, tenim uns drets i uns deures. Conèixer aquests drets i deures i entendre'ls com una conquesta històrica inacabada ens ofereix la possibilitat de consumir des d'una perspectiva ciutadana i ser conscients de la nostra funció com a agents transformadors del context.

Competències

- Conèixer les vies per a resoldre conflictes de consum (full de reclamació/denúncia, associacions de consumidors...) per tal de saber com actuar en cas que es visqui un conflicte de consum.
- Ser conscient dels drets i dels deures de les persones consumidores per tal de consumir des d'una perspectiva ciutadana.
- Entendre els actes de consum des d'un punt de vista actiu i transformador, per tal de situar-se com a ciutadans implicats en la construcció social.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Els drets i deures de les persones consumidores com a reguladores de les relacions de consum en una societat dinàmica.
- Diversitat de maneres de resoldre un conflicte de consum tenint en compte les particularitats de cada cas i les estructures que ofereix el marc legal.
- Dimensió activa i capacitat transformadora del context de les persones consumidores com a agents claus en l'acte del consum.

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
<i>Educació per la ciutadania</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Distinció i relació entre els drets individuals i els col·lectius i entre els drets i els deures de les persones consumidores.</i> • <i>Anàlisi dels règims democràtics, entre els quals l'Estat espanyol i la comunitat autònoma de pertinença, reflexionant sobre les seves regulacions i el funcionament de les seves institucions (Agència Catalana del Consum).</i> • <i>Valoració de la tasca de l'Agència Catalana del Consum en la prestació de serveis públics per a la resolució dels conflictes de consum i de la importància de la participació ciutadana en el funcionament de la institució.</i>
<i>Llengua</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu.</i> • <i>Actitud de cooperació i respecte crític envers les diferències d'opinió en les situacions de treball compartit.</i>

Descripció del taller

Es presenta una situació de conflicte de consum, i s'exploren les diverses maneres de poder actuar davant una mateixa situació, analitzant quins poden ser els avantatges i els inconvenients de cada opció.

A partir d'aquí s'inicia una activitat que permet reflexionar sobre els drets i els deures de les persones consumidores mitjançant exemples quotidians de conflictes de consum. I s'exposa el procediment administratiu per a solucionar els possibles conflictes de consum. Seguidament s'ofereix una perspectiva històrica de com han anat canviant els drets i deures amb el temps, amb la intenció de presentar l'evolució de la legislació com una conquesta inacabada, per tal fer visibilitzar com pot anar canviant arrel d'actituds més actives per part dels consumidors, a partir de possibles conflictes generalitzats o noves situacions de consum encara per venir.

Per a acabar, l'alumnat ha de crear una història en que es produeixi un conflicte de consum a partir d'un producte donat a l'atzar.

La xocolata és dolça per a tothom?



Es pren com a referència el recorregut del cacau i la transformació que se'n fa per a analitzar els agents que intervenen en la producció i comercialització de la xocolata.

A partir d'un joc virtual l'alumnat decideix com intervenir en el procés considerant els criteris d'equitat, justícia social, sostenibilitat i la capacitat d'acció de les persones consumidores.

Competències

- Analitzar els agents que intervenen en la producció, transformació i comercialització d'una matèria primera com el cacau per tal d'entendre l'acció de compra com un procés complex en què el consumidor té un paper actiu.
- Identificar conseqüències socials i econòmiques de la globalització del consum per tal de consumir de forma responsable i estratègica davant els conflictes.
- Reconèixer, des del paper de consumidor, mecanismes d'acció per tal de fomentar un consum just i solidari.
- Valorar la solidaritat en el consum com una estratègia per intervenir i transformar els processos locals i globals.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Informació que rep el consumidor a l'hora de comprar xocolata: el disseny de l'embolcall, la informació de l'etiqueta, la publicitat...
- Diversitat de xocolates i productes derivats del cacau
- Agents i països implicats en el procés de producció de la xocolata i en la distribució dels guanys
- La compra de xocolata com a opció que integra el consum solidari i responsable

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Respecte i valoració crítica per les opcions i plantejaments dels altres, desenvolupant una actitud autocrítica davant de les opcions i plantejaments propis i la capacitat per expressar opinions i judicis de forma assertiva.</i> • <i>Identificació, anàlisi i rebuig de les causes que provoquen situacions de desigualtat i injustícia social en el món, desenvolupant consciència ètica.</i> • <i>Anàlisi de les causes i conseqüències dels conflictes a nivell mundial.</i> • <i>Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar, identificant els diferents tipus de raonaments implicats i reconeixent les coherències i contradiccions entre els judicis i les accions.</i>
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Anàlisi d'un procés industrial proper (l'elaboració de xocolata).</i> • <i>Reconeixement de la transformació industrial de les matèries primeres (fruit del cacau) en productes elaborats (xocolates i derivats).</i> • <i>Identificació d'accions relacionades amb la comercialització de la xocolata: embalatge, etiquetatge, manipulació i transport. Valoració del consum responsable.</i> • <i>Utilització de les TIC per a facilitar les tasques de representació i càlcul.</i>
Ciències socials	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reconeixement i aplicació de conceptes bàsics d'economia en l'anàlisi del funcionament de la comercialització d'una matèria primera com el cacau.</i> • <i>Localització i caracterització dels grans àmbits geopolítics i econòmics a nivell mundial, en relació amb la comercialització del cacau.</i>

Descripció del taller

L'observació d'una rajola de xocolata gegant serveix per a identificar i explorar les emocions que desperta aquest producte. A partir d'aquí es planteja la pregunta de partida del taller: La xocolata és dolça per a tothom?

A continuació es descobreix el recorregut del cacau des que es cull fins a la venda, i s'identifiquen la diversitat d'agents que intervenen en la producció i transformació de la xocolata. Mitjançant el treball en grups l'alumnat analitza i reflexiona la situació tenint present aspectes econòmics i socials de la comercialització internacional de productes.

Posteriorment, a partir d'un joc virtual l'alumnat participa en l'elaboració d'una rajola de xocolata tenint com a marc les condicions de mercat.

L'aigua està sempre en equilibri?



A partir d'un fenomen proper i quotidià a l'alumnat com és el consum d'aigua, es reflexiona sobre l'ús que se'n fa i el valor que té.

Mitjançant una dinàmica que integra jocs d'atzar, es fa un recorregut des de l'origen de l'aigua fins al seu consum, integrant factors econòmics, ambientals, socials i culturals.

Competències

- Analitzar alguns dels factors que intervenen en la determinació del preu de l'aigua de consum per tal de ser conscients del valor econòmic que té.
- Ser conscient de la funció biològica i social de l'aigua, per tal de valorar-la com a recurs natural imprescindible per a les persones i per al medi natural.
- Identificar el consum d'aigua com una manera de relacionar-se amb el medi i la sostenibilitat com un equilibri dinàmic, a fi de poder-ne fer un consum responsable i sostenible.
- Conèixer alguns dels paràmetres que poden ajudar a valorar si es fa un consum sostenible de l'aigua (l'origen, el tipus d'envàs, la quantitat d'aigua utilitzada...), per tal de poder introduir criteris de sostenibilitat en el consum d'aigua.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Consum d'aigua en forma de bé (aigua envasada) o servei (aigua de subministrament)
- El preu de l'aigua
- Usos quotidians de l'aigua
- Relació entre el consum individual d'aigua i les possibles implicacions sobre el medi ambient (residus, energia, contaminació...)
- La sostenibilitat com un equilibri dinàmic
- Criteris de sostenibilitat en relació amb el consum d'aigua

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Respecte i valoració crítica per les opcions i plantejaments dels altres, desenvolupant una actitud autocrítica davant de les opcions i plantejaments propis i la capacitat per expressar opinions i judicis de forma assertiva.</i> • <i>Defensa i cura de l'entorn, coneixent les repercussions que tenen a nivell global les formes de vida i la gestió local dels recursos i identificant les bones pràctiques alternatives i d'estratègies de consum responsable.</i> • <i>Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar, identificant els diferents tipus de raonaments implicats i reconeixent les coherències i contradiccions entre els judicis i les accions.</i>
Ciències Socials	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Anàlisi de les relacions entre la tecnologia, l'organització social i la producció de béns en un territori al llarg de la història. Presa de consciència del caràcter exhaustible dels recursos i de la necessitat d'una producció respectuosa amb el medi ambient i d'un consum responsable.</i> • <i>Contrast d'informacions estadístiques i gràfics per a interpretar fenòmens socials.</i>
Ciències de la naturalesa	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Plantejament de preguntes que comportin l'establiment de relacions entre variables. Identificació de les variables que poden ser més significatives.</i> • <i>Anàlisi d'alguns impactes de l'activitat humana sobre la hidrosfera.</i> • <i>Anàlisi de les causes, processos i conseqüències d'alguns problemes ambientals associats al consum d'aigua com la generació de residus .</i>
Educació física	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació del cos expressiu: postura, gest i moviment. Aplicació de la consciència corporal a les activitats expressives.</i> • <i>Disposició favorable a la pràctica de les activitats d'expressió corporal amb tots els companys i companyes.</i>

Descripció del taller

A l'inici del taller es presenten situacions diverses en les quals l'alumnat ha de decidir quin preu estaria disposat a pagar per beure aigua. Aquesta activitat és un pretext per a iniciar un diàleg entorn de la multiplicitat de factors que intervenen en el cost de l'aigua que consumim, i ens permet presentar que en l'aigua conviuen un valor econòmic i un valor ecològic.

Mitjançant una analogia amb l'estructura del cos humà s'introdueix el concepte d'equilibri dinàmic i sostenibilitat amb la idea d'integrar interpretacions de diferents disciplines. A continuació, a partir de jocs d'atzar (cartes, ruletes i daus) s'analitzen aspectes de l'aigua que intervenen a l'hora de determinar la sostenibilitat de l'aigua (ús, quantitat utilitzada, tipologia, origen i destí de consum).

Finalment, com a activitat d'aplicació l'alumnat participa en el joc "enredats de l'aigua", en el qual construeixen estructures amb el seu cos que representen situacions de sostenibilitat o d'insostenibilitat.

Missatges o missatgers?



Missatges o missatgers?" és una pregunta que ens condueix a reflexionar sobre les diferents actituds que poden adoptar les persones enfront la publicitat. Conèixer les estratègies que utilitza la publicitat permet a l'alumnat fer-ne una lectura crítica i posicionar-se de manera activa a l'hora de consumir.

Competències

- Conèixer les estratègies de la publicitat per tal de poder fer-ne una lectura crítica.
- Conèixer la legislació i els òrgans reguladors de la publicitat per tal de saber com reclamar davant de la publicitat il·lícita.
- Ser conscient que les persones som agents transmissors de publicitat amb la finalitat de poder actuar amb criteri propi davant la diversitat d'estímuls externs.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Diversitat de vies per on es reben els impactes publicitaris
- Els consumidors com a agents publicitaris
- Les marques com a estratègia de venda i com a via de construcció d'identitat
- La regulació de la publicitat

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi dels règims democràtics, entre els quals l'Estat espanyol i la comunitat autònoma de pertinença, reflexionant sobre les seves regulacions i el funcionament de les seves institucions (Consell Audiovisual de Catalunya). • Valoració de la tasca del Consell Audiovisual de Catalunya en la regulació publicitària i de la importància de la participació ciutadana en el funcionament de la institució. • Interpretació crítica de la realitat a través dels mitjans de comunicació, inclòs el llenguatge publicitari, per tal de desenvolupar capacitats d'elecció responsables.
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge, i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu. • Actitud de cooperació i respecte crític envers les diferències d'opinió en les situacions de treball compartit. • Anàlisi pautada dels diferents codis informatius que es troben en un anunci :paraula, text, elements icònics, so...
Visual i plàstica	<ul style="list-style-type: none"> • Reconeixement de les finalitats informativa, exhortativa, expressiva, estètica i discursiva de la comunicació artística i visual. • Identificació de recursos del llenguatge audiovisual utilitzats en la publicitat • Experimentació i utilització de procediments de representació per a la creació d'un anunci publicitari. • Actitud crítica davant les necessitats de consum creades per la publicitat i el rebuig dels elements que suposin discriminació de gènere, edat, físic, etc...

Descripció del taller

L'alumnat entra en una sala on hi ha una gran quantitat d'anuncis i es comenta quin els crida més l'atenció. Amb aquesta activitat es presenta que la publicitat és un fenomen molt present en la vida quotidiana, i que no tots els anuncis ens criden l'atenció de la mateixa manera.

A partir de tres preguntes es reflexiona sobre diferents aspectes de la publicitat. Amb la pregunta "I jo... faig publicitat?" es tracta el paper de les persones com a agents transmissors de publicitat, amb la manera de vestir, amb les opinions o els comentaris. A partir de la pregunta "Com s'ho fa la publicitat per arribar a mi?" s'analitzen les estratègies de la publicitat que fa servir la publicitat per cridar l'atenció de les persones consumidores. I amb la pregunta "En publicitat... tot s'hi val?" es presenta la publicitat il·lícita i les vies de regulació d'aquesta activitat.

Per a acabar el taller, a partir d'una música agafada a l'atzar, l'alumnat es converteix en publicista i ha de pensar com faria l'anunci, a qui l'adreçaria i finalment decidir si l'anunci es podria considerar publicitat il·lícita o no.

Em serveixen els serveis?



Mitjançant un joc de preguntes i respostes, es pretén que l'alumnat sigui conscient dels seus drets i deures que té quan contracta un servei, ja sigui anar a la discoteca, fer reparar una motocicleta o baixar-se d'internet una melodia per al mòbil.

Competències

- Conèixer diversitat de serveis (llum, gas, aigua, oci, telefonia, transports...) per tal d'identificar la presència del consum en la vida quotidiana
- Ser conscient dels drets i deures de la persona consumidora en el consum de serveis per tal de consumir de manera crítica i responsable.
- Conèixer les característiques de la documentació que genera la contractació de serveis (factura, garantia, tiquet, pressupost) per saber que cal mantenir-la en el cas que s'hagi de fer una reclamació

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- Diversitat de serveis: telefonia, transports, serveis bàsics, oci, allotjaments, restauració...
- Documentació derivada de la contractació de serveis
- Drets i deures de les persones consumidores
- Eines per a saber actuar davant de conflictes de consum derivats de la contractació de serveis

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • Distinció i relació entre els drets individuals i drets col·lectius, i entre els drets i els deures de les persones consumidores. • Valoració de la tasca de l'Agència Catalana del Consum en la prestació de serveis públics per a la resolució dels conflictes de consum i de la importància de la participació ciutadana en el funcionament de la institució.
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu. • Actitud de cooperació i respecte crític envers les diferències d'opinió en les situacions de treball compartit.

Descripció del taller

El taller comença amb una reflexió entorn els serveis que consumim habitualment, tant els públics com els privats. A partir d'exemples concrets de l'ús de serveis quotidians, s'identifiquen els documents relacionats amb la contractació de serveis: contracte, publicitat, resguard de dipòsit, pressupost, factura i garantia.

Seguidament, mitjançant un joc que es fa en un tauler gegant, se situa a l'alumnat en diferents situacions de conflictes a l'hora de consumir els serveis i es demana a l'alumnat que pensi com actuaria en cada situació. Cada casella del tauler correspon a un servei (reparacions, telefonia mòbils, acadèmies d'idiomes, bars, oci, viatges, etc.), de manera que cada grup ha d'aconseguir respondre una pregunta de cada tipologia de serveis.

En finalitzar el joc, i a partir de les qüestions sorgides, es fa una síntesi conjunta de les idees més importants i dels temes que més han interessat a l'alumnat.

Com sé què compro?



L'activitat comença amb el disseny d'uns envasos. D'aquesta manera l'alumnat reflexiona sobre la informació que ha de portar l'etiqueta corresponent.

Aquest taller tracta de la informació que faciliten les etiquetes i la seva importància en el moment d'adquirir un producte en funció de les necessitats pròpies.

Competències

- Conèixer les informacions bàsiques que ha de tenir l'etiqueta dels productes envasats per tal de poder consumir d'una manera reflexiva
- Conèixer els etiquetatges específics (de comerç just, d'agricultura ecològica, denominació d'origen, ...) per tal de consumir d'una manera reflexiva
- Construir criteris per tal de poder escollir en el moment de compra segons les necessitats pròpies

Continguts estructurants de la proposta didàctica

- La etiqueta com a font d'informació per al consumidor
- Construcció de criteris en el moment de la compra
- Diversitat de maneres de dur a terme la compra en funció dels criteris

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar.</i> • <i>Paper de l'Agència Catalana del Consum com a organisme autònom de la Generalitat de Catalunya per a garantir els drets de les persones consumidores.</i>
Visual i plàstica	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reconeixement de les finalitats informativa, exhortativa, expressiva, estètica i discursiva de la comunicació artística i visual en la comercialització dels aliments.</i> • <i>Experimentació i utilització de procediments de representació en funció de les intencions comunicatives, informatives, expressives, reflexives i crítiques.</i>
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació d'accions relacionades amb la comercialització de productes: etiquetatge dels aliments.</i> • <i>Valoració de l'impacte de la transformació de les matèries primeres en el medi.</i>

Descripció del taller

Per a iniciar el taller, s'ensenya al grup un Tetra Brick en blanc (sense cap informació ni etiqueta) i es fomenta una pluja d'idees sobre el possible contingut de l'envàs. A partir d'aquí es treballa sobre la funció de l'etiqueta dels envasos i la informació que ha de portar.

A continuació, es dóna un envàs en blanc a cada parella d'alumnes perquè facin de dissenyadors i hi posin tota la informació necessària que hi ha d'haver en l'envàs. Seguidament, es descobreix i es reflexiona sobre l'etiquetatge dels productes alimentaris.

Per a acabar, cada parella ha d'anar a "comprar" un producte; però no ho pot fer de qualsevol manera, sinó que ha de seguir uns criteris concrets i llegir bé la informació de l'etiqueta.

Ho puc trobar a la xarxa?



Ho puc trobar a la xarxa? És un taller que gira al voltant del paper d'Internet en la quotidianitat i la seva relació amb el consum.

Els joves posen en pràctica la recerca i producció d'informació, mentre reflexionen sobre la seva identitat a l'hora de navegar per la xarxa.

Competències

- Analitzar de forma crítica la informació que hi ha per Internet i especialment aquella relacionada amb el comerç electrònic, per tal d'afavorir una navegació i una compra segura
- Desenvolupar l'autonomia personal en la recerca, gestió i valoració de nova informació per tal de tenir prou eines per abordar com a consumidors situacions quotidianes dinàmiques.
- Tenir en compte el propi paper com a consumidor i alhora com a productor d'informació dins l'entorn virtual per tal de situar-se com a prosumidor responsable.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

1. Drets i Deures de la persona consumidora en relació a la compra de Béns i Serveis a la xarxa.
2. L'entorn virtual com un espai d'interacció, intercanvi i comunicació social.
3. La cerca i producció d'informació en els diferents espais de l'entorn virtual: xarxes socials, blocs, viquipèdia, etc
4. Procés de canvi instantani i continu que experimenta l'entorn virtual en el que ens movem com a consumidors/es.

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Ed. ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Aplicació de conductes responsables entorn de les TIC (autonomia, autocontrol, seguretat) i reflexió crítica sobre els valors i models que transmeten alguns jocs interactius.</i> - <i>Valoració de la capacitat per adaptar-se a una realitat en constant evolució, per mitjà d'actituds flexibles i obertes.</i>
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu.</i> - <i>Comprensió i interpretació de les informacions més rellevants de textos escrits de pàgines web.</i>
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Utilització d'Internet, ordinadors i perifèrics per a l'adquisició de dades i la cerca, el filtratge i la selecció d'informació.</i>
Coneixement medi social	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Cerca, anàlisi i contrast d'informacions amb suport TIC.</i> - <i>Treball dels diferents continguts amb mitjans audiovisuals i recursos TIC de forma creativa i responsable</i>

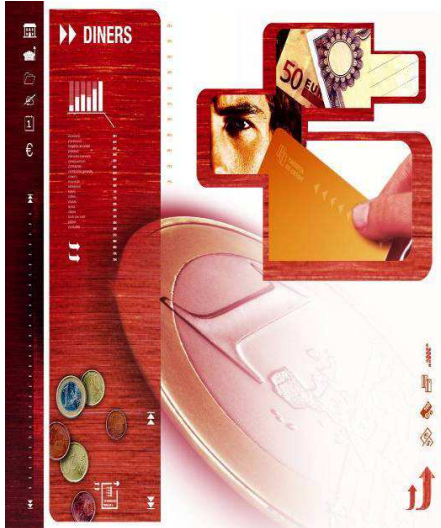
Descripció del taller

El taller s'inicia explorant diversitat de formes de navegar per Internet i reflexionant al voltant de la vinculació entre Internet, consum i quotidianitat dels joves. D'aquesta primera activitat emergeix la idea de diversitat de consumidors que podem ser a la xarxa, com per exemple: consumidor crític, consumidor dispers, consumidor ràpid, consumidor focalitzador, ...).

Seguidament, es planteja a l'alumnat diversitat de situacions quotidianes que impliquen actes de consum (com la compra de bitllets d'avió, roba, música, contractació de serveis) i es deixa un temps per a que les resolgui utilitzant les eines que ofereix l'espai virtual. Aquesta activitat obre la reflexió al voltant de la veracitat i la interpretació de la informació, així com dels elements que cal conèixer per a fer una compra segura.

Finalment, l'alumnat construeix un diari de bord per representar com ha estat la seva navegació per Internet i reflexiona la pròpia identitat com a consumidor. Aquesta producció es penja a la xarxa, en un bloc privat, i servirà de punt de partida per a que el proper grup iniciï el taller.

On tinc els meus diners?



A partir de la pregunta “On tinc els meus diners?” se situa a l'alumnat davant de situacions de consum properes i quotidianes que impliquen la presa de decisions en la gestió de diners.

Aquest taller pretén que l'alumnat prengui consciència dels diners que gestiona, tant directa com indirectament. A més, amb l'alumnat de Batxillerat i Cicles Formatius, s'aprofundeix també en la diversitat de serveis bancaris.

Competències

ESO, Cicles i Batxillerats:

- Conèixer la pròpia disponibilitat de diners i la diversitat i tipologia de despeses per tal d'identificar-se com a gestors econòmics
- Identificar aquells elements que poden fer variar la disponibilitat de diners per tal de tenir eines per adaptar la gestió de diners a cada context
- Construir el propi perfil de gestor de diners per tal de gestionar els diners d'una manera crítica, reflexiva i responsable.

Cicles i Batxillerats:

- Identificar-se com a possibles usuaris dels serveis bancaris i conèixer-ne els principals serveis per tal de poder fer-ne un ús crític i responsable

Continguts estructurants de la proposta didàctica

ESO, Cicles i Batxillerats:

- Gestió del pressupost
- Presa de decisions

Cicles i Batxillerats:

- Diversitat de serveis que ofereixen els serveis bancaris
- Lectura crítica de la publicitat dels serveis bancaris

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretació crítica de la realitat a través dels mitjans de comunicació, inclòs el llenguatge publicitari, per tal de desenvolupar capacitats d'elecció responsables. • Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar i utilitzar els serveis bancaris, identificant els diferents tipus de raonaments implicats i reconeixent les coherències i contradiccions entre els judicis i les accions.
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • Participació en interaccions orals. • Comprensió i interpretació de les informacions més rellevants de textos escrits de la vida quotidiana com els fulletons informatius dels serveis bancaris.
Matemàtiques	<ul style="list-style-type: none"> • Confiança en les capacitats pròpies per afrontar situacions quotidianes de gestió el pressupost copsant les relacions matemàtiques i utilitzant-les per a prendre decisions. • Desenvolupament d'estratègies de càlcul mental per a la gestió del pressupost.

Descripció del taller

A partir de la pregunta "On tinc els meus diners?" es qüestiona a l'alumnat sobre la diversitat de llocs on els poden trobar.

S'ofereix un taller on l'alumnat comença analitzant com ha sigut la seva disponibilitat de diners durant l'últim mes. A partir d'aquesta realitat es plantegen situacions diverses que impliquen la gestió de diners tot decidint d'on venen els diners (la paga, demanar, estalvis, despeses familiars...) i quants diners es gasten. A més a més, aniran sorgint imprevistos que poden fer canviar les decisions.

Tota aquesta informació s'anirà representant amb una figura d'equilibris on es veurà si la seva situació econòmica és estable, té fonaments, està estructurada, cap a on es decanta més... la observació d'aquesta figura ens ajudarà a identificar finalment un perfil de gestor de diners.

Pels alumnes de Batxillerats i Cicles Formatius a les situacions que se'ls hi plantegen surten reflectits els serveis bancaris amb totes les seves característiques.

Anem de compres?



El consum és un món ple d'emocions i, a l'hora de comprar, hi tenen un paper molt important. Aquest taller tracta dels diferents elements que poden intervenir a l'hora d'escollir l'establiment i el producte: la música, els colors, i la informació en l'etiqueta del producte entre d'altres.

Competències

- Explorar la diversitat d'emocions que poden generar els actes de consum per tal de ser conscient de la dimensió emocional que implica el moment de comprar
- Identificar els elements que poden influir a l'hora d'escollir un producte (la marca, el preu, la qualitat, els gustos, la disponibilitat de diners, etc...) per tal de saber escollir amb criteri propi
- Conèixer els requisits legals de la venda de productes, tant de l'establiment com de l'etiqueta, per tal de consumir de manera reflexiva i crítica.

Continguts estructurants de la proposta didàctica

Diversitat d'emocions que desperten els actes de consum

La informació de l'etiqueta i requisits legals dels establiments

- Importància de la interacció entre l'individu i l'entorn proper (companys, marques...) a l'hora de consumir

Els actes de consum com una via de construcció de la pròpia identitat

Continguts curriculars

ÀREA	CONTINGUTS
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Valoració de la interacció com a eina per prendre consciència dels coneixements i de les idees, i per a la regulació dels processos de comprensió i expressió propis de tot procés d'aprenentatge i tant en activitats individuals com en treball cooperatiu.</i> • <i>Actitud de cooperació i respecte crític envers les diferències d'opinió en les situacions de treball compartit.</i> • <i>Comprensió i interpretació de les informacions més rellevants de textos orals i escrits.</i> • <i>Creació de textos literaris amb tècniques de foment de la creativitat.</i>
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Identificació d'accions relacionades amb la comercialització de productes: Etiquetatge dels productes de roba i de tecnologia.</i> • <i>Valoració dels canvis en les necessitats humanes.</i>
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Expressió i gestió de les pròpies emocions i autogestió de les pròpies conductes.</i> • <i>Identificació i presa de consciència dels elements del context social i cultural que condicionen el sistema de valors propi i poden influir en la pròpia presa de decisions, analitzant especialment els estereotips que tendeixen a imposar-se com a models de conducta.</i> • <i>Desenvolupament de la capacitat crítica i la iniciativa personal per assumir la responsabilitat que implica l'ús de la llibertat d'elecció en la presa de decisions a l'hora d'anar a comprar. identificant els diferents tipus de raonaments implicats i reconeixent les coherències i contradiccions entre els judicis i les accions</i>

Descripció del taller

El taller es desenvolupa en un espai que simula una botiga de roba i de tecnologia. Quan l'alumnat hi entra, ha d'escollir un producte que comprarien i un que no, i ha d'associar cada producte a una emoció mitjançant una emoticona.

A partir de comentar les emoticones es reflexiona entorn les emocions que suscita el consum. La justificació dels productes escollits i dels no escollits, conjuntament amb la lectura d'un poema, ajuden a detectar els diferents elements que intervenen en els actes de consum, els relacionats amb la PERSONA (disponibilitat de diners, gustos, etc...), amb el PRODUCTE (marca, etiqueta, preu...) i amb l'ENTORN (ambientació de la botiga, tracte, opinió els amics...).

Per a acabar, es fa un poema col·lectivament en què es recullen les conclusions del taller.

6. BIBLIOGRAFIA GENERAL

Llibres generals sobre consum

- Ariely, D. (2008). *Les trampes del disig*. Barcelona. Columna Edicions.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consum*. Madrid. Fondo de Cultura Económica.
- Fernández Cavia, F. (2002). *El consumidor adolescent. Televisió, marques i publicitat*. Barcelona: Aldea Global.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid. Taurus.
- Schor, J. (2006). *Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles*. Paidós. Barcelona.
- Punset, E. (2005). *Viaje a la felicidad*. Destino.
- Gardner, G.; Assadourian, E. Sarin, R. (2004). "L'estat del consum avui" dins de "L'estat del món: La societat de consum". Barcelona. Worldwatch institute.

Llibres sobre Educació del Consum

- Álvarez, N. et al. (2007). *Manual básico. La educación del consumidor en el aula*. Red-Econs.
- Dept. Ensenyament. Institut Català del Consum (1995). *L'educació del consumidor*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Eixos transversals 4.
- Pujol, R.M. (1996). *Educación y consumo*. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona –Horsori. Cuadernos de educación 19.
- Diversos autors (2004). *Educación para la salud: la alimentación*. Barcelona: Editorial Graó.
- UNEP (2008). *Here and now. Education for sustainable consumption. Recommendations and Guidelines*.

Materials educatius

- Albareda, L. y otros autores. (1998): *Guía educativa para el consumo crítico. Materiales para una acción educativa Sur-Norte. Efectos sociales y ambientales del consumo*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Álvarez, N et al (2004): *Da en la diana por tu seguridad*: Red de Educación del Consumidor.
- Bonil, J.; Calafell, G. (coord.) (2007). *Proposta didàctica per treballar el comerç de Barcelona*. Barcelona. Ajuntament de Barcelona. Disponible a www.bcn.cat/escolescomerc/ca/
- Bonil, J.; Calafell, G.; Fonolleda, M. Querol, M. (2007). *XIII Audiència Pública als nois i noies de Barcelona. Barcelona Futur! Millorant la ciutat defensem la terra: propostes per actuar davant del canvi climàtic*. Barcelona. Institut d'Educació de l'Ajuntament de Barcelona.
- UNESCO i PNUMA (2002). *Youth x change. Manual de educación para un consumo sostenible*. www.youthxchange.net
- Centre UNESCO de Catalunya. (2003). *Descobrir l'estat del món. Materials didàctics sobre el progrés cap a una societat sostenible*. Barcelona.
- Instituto Nacional del Consumo. Ministerio de Sanidad y Consumo. (1992). *Monografías educativas de consumo. (El dinero 8. La compra 10. La publicidad 5)*. Madrid. Colección Material Didáctico.
- Pujol, R.M. (coord). (1995). *L'Educació del consumidor: el paper*. Barcelona. Dossiers Rosa Sensat.
- Pujol, R.M. et al. (1998). *L'educació del consumidor a l'escola: el joc i la joguina*. Barcelona: Dossiers Rosa Sensat.
- Pujol, R.M. Bonil, J. Cuesta, A.M. Rovira, C. (2002). *Cuina i mercat, salut i bon plat*. Barcelona. Institut Municipal d'Educació, Institut Municipal de Mercats, Ajuntament de Barcelona.
- Pujol, R.M. Martínez, C. et al (1993). *Ètica i consum*. Barcelona. Eumo Editorial. Senderi. Quaderns d'educació ètica 6.

Articles i revistes:

- Diversos autors (2008). Monogràfic sobre educació del consum. "Educación y Consumo". *Cuadernos de Pedagogía*, 383.
- Bonil, J. Calafell, G. (2007). Introducir las emociones en la educación del consumo. *Saudiña*, 13, 64-67.
- Calafell, G.; Fonolleda, M. Guilera, M.M. Querol, M. (2006). La gestió de l'aigua, consum i sostenibilitat. *Guix*, 326, 46-49.
- Querol, M. Bonil, J. (2007). [El arte, una vía para introducir las emociones en la educación del consumo](#). *Encuentros multidisciplinares*, 26, vol. IX, 47-55.
- Bonil, J. (2003). [La proposta educativa de l'Escola del Consum de Catalunya](#), dins d'Agència Catalana del Consum (Coord.), *I Jornada de Consum Sostenible i Responsable a Catalunya* (p. 141-154). Barcelona. Mediterrània.
- Diversos autors (2003). Monogràfic sobre educació del consum. *Aula de Innovación Educativa*, 127.
- Revista OPCIONS. Centre de Recerca i Informació en Consum. www.opcions.org

Adreces d'internet:

- **Institucions i/o Associacions**
- Agència Catalana del Consum
www.consum.cat
- INTECO. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación
www.inteco.es
- OCUC. Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya:
www.ocuc.org/index.htm
- CAC. Consell Audiovisual de Catalunya:
www.cac.cat
- Autocontrol
www.autocontrol.es
- CONSUMER'S INTERNATIONAL. Portal internacional de consumidors
www.consumersinternational.org

- **Educació del consum**
- Red de Educación del Consumidor:
www.infoconsumo.es/eecred/
- DOLCETA. Educación para el consumo online:
www.dolceta.eu/espana/index.php
- Red Europea de Educación del Consumidor:
http://www.e-cons.net/home_cast.htm
- Xarxa de recursos d'educació per a la Pau, desenvolupament i interculturalitat:
www.edualter.org
- Materials sobre consum responsable. CONGDE;
<http://directorio-guia.congde.org/guiaderecursos/index.php>

