

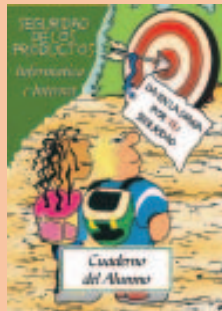
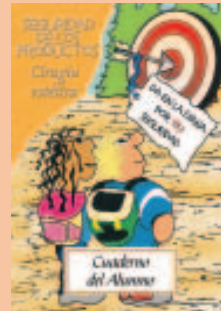
Presentem els materials didàctics elaborats dins del projecte «Diana Seguretat» que inclou: 10 Guies del professor; 10 Quaderns de l'alumne.



QUADERN DE L'ALUMNE

1. Per començar
2. Musicant, concurs i web
3. Activitats
4. Passatemps
5. Solucions als passatemps
6. Humor gràfic

Annex: enquesta sobre cada un dels temes proposats.



GUIA DEL PROFESSOR

1. Introducció
2. Objectius
3. Continguts
4. Activitats
5. Criteris per a l'avaluació
6. Informacions d'interès

El material inclou solucions a les activitats proposades a l'alumnat.



Cantàbria



Consumidors
discapacitats:
Aprendre tot ensenyant

>>> 4

Astúries



Setmana Cultural en el Col·legi
«Nuestra Señora del Buen
Consejo» D'aviñès:
«Consum Responsable»

>>> 6

Comunitat Valenciana



Centre de Recursos de
Consum d'Alacant

>>> 8

Galícia



¿Sabemos consumir?
Institut d'Ensenyament
Secundari Viana do Bolo

>>> 10

Castella - La Manxa



Centre de Formació
del Consumidor Mòbil

>>> 12

País Basc



Aulas Kzgunea

>>> 14

Extremadura



Escoles Permanents de Consum:
Casar de Cáceres, Còria
i Jerez de los Caballeros

>>> 16

Madrid



«Mengem bé al pati»:
Una experiència per al
desenvolupament de bons hàbits
dietètics, higiènics i de
consum responsable

>>> 18

Aragó



Projecte JUNTS SOM MÉS en el
marc de la celebració del Dia
Mundial dels Drets del Consumidor
2004 a l'Aragó

>>> 20

Castella i Lleó



El consum de les noves
tecnologies pels adolescents

>>> 22

La Rioja



Aspectes de l'ecoauditoria
a l'IES Marqués de la
Ensenada de Haro (La Rioja)

>>> 24

Canàries



Campanya piercings i
tatuatges a Tenerife

>>> 26

Catalunya



Els adolescents i el consum.
El reptu d'integrar les emocions
en l'educació del consum

>>> 28

EDITORIAL

En aquesta revista presentem els materials «Diana Seguretat» acabats. Han estat elaborats i editats en les diferents llengües dels integrants de la «XARXA de Països del Sud d'Europa» i estan a l'abast del professorat inscrit a la RED Espanyola de Educació del Consumidor.

Com es pot veure a la pàgina anterior, els materials estan formats per 20 quaderns que desenvolupen 10 temes concrets: telèfons mòbils, cascs, cosmètics, piercings, tatuatges, cirurgia estètica, joguines, motocicletes, videojocs i productes informàtics. Per cada tema s'ofereix una *Guia del professor* i un *Quadern de l'alumne*.

El projecte «Diana Seguretat», que han finançat en part la Comissió Europea i la Direcció General de Sanitat i Consum, s'ha desenvolupat durant els dos darrers anys i inclou:

- >>> Elaborar, editar i distribuir materials didàctics útils per a la formació dels consumidors en els camps descrits.
- >>> Establir i desenvolupar un pla de formació de formadors dirigit als professors membres de la RED, donant-los suport de diverses maneres per abordar els temes esmentats.
- >>> Establir un web de la RED www.infoconsumo.es/dianaseguridad.

A punt de concloure el projecte, estem satisfets pels resultats (que són ben palesos), la qual cosa també ha suposat un enfortiment durador de la cooperació transnacional, per mitjà de la consolidació de xarxes i la possibilitat real de l'intercanvi i l'aprofitament comú d'experiències de sensibilització dels consumidors.

En resum, es pretén que el professorat faci servir aquests materials a l'aula i que l'alumnat entengui que la seva seguretat és important i que cal aprendre a consumir de manera responsable.

LA COORDINACIÓ

FES DIANA

>>> 2



Adreces d'interès

RESSEYES

>>> 30

>>> 31



Primer semestre 2004 N° 3

Tiratge: 8.150 exemplars

Edita: Xarxa d'Educació del Consumidor

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

Direcció de la coordinació:

Escola de Consumidors

del Govern de Cantàbria

c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander

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^a José López Ródenas (Comunitat Valenciana)
Esther Álvarez Fernández (Galícia)
Alejandro Salcedo Aznal (Castella-La Manxa)
Arrate Martínez de Guereñu (País Basc)
José M^a Iglesias Sánchez (Extremadura)
Susana Gil Pascual (Madrid)
Francisca Pérez Jiménez (Aragó)
Carmen Herrero Álvarez (Castella i Lleó)
Servei d'Innovació Educativa i
Formació del Professorat (La Rioja)
Luís Domínguez Rodríguez (Canàries)
Julià Guimerà Gargallo (Catalunya)

Disseny de cobertes: M^a Isabel Gómez Bedia

Disseny i maquetació: M^a Luisa Lavín Solana

Impressió: J. Martínez S.L.

Dipòsit legal: SA - 30 - 2003

La Xarxa d'Educació del Consumidor permet la reproducció dels continguts que publica. No s'autoritza utilitzar qualsevol contingut d'aquesta revista amb finalitats comercials o publicitàries.

Consumidors discapacitats: Aprendre tot ensenyant

Ignacio San Miguel Coca
Coordinador del Projecte



A ASPACE Cantàbria, desenvolupem una metodologia de treball amb l'objectiu de dinamitzar les activitats que es realitzen als Centres de l'Associació, utilitzant continguts actuals, vius i innovadors.

Dintre d'aquesta línia metodològica de treball, s'inclou la participació en convocatòries educatives que realitzen diferents organismes regionals.

D'aquesta manera, també es cobreixen altres objectius plantejats en l'Associació, com ara:

>>> Desenvolupar capacitats d'autonomia personal en aquest col·lectiu de persones afectades de Paràlisi Cerebral, Mal cerebral i Síndromes afins, amb especials dificultats en l'elaboració de criteris propis, d'efectuar propostes personals, etc.

>>> Fomentar la inclusió dels usuaris en la vida social i comunitària mitjançant la participació en concursos i certàmens amb altres centres educatius, ja siguin ordinaris o específics.

En concret, des de l'any 1996 participem de manera ininterrompuda en les convocatòries que es realitzen des de l'**Escola Europea del Consumidor**, ja que s'ajusten perfectament als objectius que acabem d'esmentar.

L'any 2003 vam participar, entre altres convocatòries, en el **Certamen Europeu del Jove Con-**

sumidor amb el projecte «Juguemos con los alimentos, el rescate de Didac», que va originar com a resultat un instrument didàctic, realitzat amb la participació directa dels usuaris, per implantar hàbits saludables d'alimentació.



Consisteix en un conte protagonitzat pels mateixos alumnes en el qual es narra la història d'un noi amb uns hàbits alimentaris molt irresponsables, que menja moltes lliminadures i que és capaç de deixar de menjar els aliments preparats per la seva mare per jugar una partida a l'ordinador.

El joc resulta màgic i el protagonista és «atrapat» per l'ordinador. Solament podrà escapar-ne si completa «la roda dels aliments» i per fer-ho cal que contesti senzilles preguntes sobre com aconseguir uns hàbits d'alimentació saludables. La història, en aquest punt, esdevé interactiva.



Amb aquest projecte s'ha generat una situació que considerem molt interessant: poder **situar els nostres alumnes en el paper de divulgadors** dels avantatges d'alimentar-se d'una manera equilibrada, podent així contribuir a la formació d'altres grups escolars amb discapacitat o sense.

Aquest projecte va obtenir el **Primer Premi de la Fase Nacional, en la categoria de 15 anys i més grans**, amb l'honor consegüent de **representar Espanya en la fase final europea**, celebrada a Brussel·les.

Un fet molt important en la participació en la Fase Nacional del Certamen va ser la necessitat de defensar el treball davant del jurat i de la resta de participants.

Cal tenir en compte que els nostres alumnes, afectats de Paràlisi cerebral, Mal Cerebral i Síndromes afins, mai no s'havien vist en la situació d'haver d'exposar cap tema davant un públic tan nombrós i desconegut per a ells, ja que sempre que havia estat necessari ho havien fet únicament davant els seus iguals.



Aquesta defensa la van realitzar quatre alumnes, algun dels quals va necessitar ajudes tècniques per a la seva comunicació, com taulers sil·làbics, comunicadors de veu i presentacions multimèdia perquè l'auditoria pogués entendre perfectament les seves explicacions.



Una altra dificultat a l'hora de defensar el projecte va ser l'existència d'un temps màxim per a l'exposició.

A causa de la problemàtica que tenen els nostres alumnes per expressar-se, els cal molt més temps que a les persones sense problemes per explicar el mateix missatge, per la qual cosa, a petició nostra i aplicant el principi de discriminació positiva, l'organització del Certamen va tenir a bé concedir-nos un temps extra que compensés les nostres dificultats.

La defensa va suposar una experiència molt important, tant per als alumnes que la van realitzar com per al públic assistent, que van poder observar «in situ» les diferents formes d'expressar-se que empren les persones amb greus problemes de comunicació. La dimensió que ha assolit el fruit d'aquesta tasca, resulta una **recompensa social i afectiva** molt important per als alumnes i professionals que han treballat en el projecte, tant de manera directa com indirecta.

Agraïm al Govern de Cantàbria que hagi engegat aquesta mena d'activitats que fomenten la participació de **TOTS** els escolars de Cantàbria.

Un agraïment especial a l'Escola Europea de Consumidors de Cantàbria, a tots els seus professionals, amb la seva directora, Doña Nieves Álvarez Martín, al capdavant, perquè amb el seu esforç i il·lusió ens animen a continuar participant, any rere any, en les convocatòries que realitzen, i per la gran sensibilitat i suport que mostren vers la problemàtica de les persones discapacitades.

Finalment, cal ressaltar que amb els resultats obtinguts amb el projecte «Juguemos con los alimentos. El rescate de Didac», **es demostra que hi ha persones discapacitades que amb els mitjans instrumentals i metodològics adequats, si es respecta els seus ritmes de treball**, i en definitiva, si se'ls ofereix el suport necessari, **són capaces d'aconseguir èxits de la mateixa envergadura que les persones sense discapacitat.**



Setmana Cultural en el Col·legi « Nuestra Señora del Buen Consejo» D'Avilès: «Consum Responsable»

Una vegada més, com cada any, la Setmana Cultural al nostre Centre s'omple d'activitats i actes amb forma i fons educatiu, com no podia ser d'una altra manera. En aquesta ocasió, i en la mateixa línia iniciada ja fa uns anys, el lema entorn del qual gira aquesta setmana està

directament relacionat amb la transversalitat establerta per la LOGSE. Així, entenem que una correcta formació en «Consum Responsable» és essencial per als nostres alumnes, immersos com estem en una societat de llibertat i, moltes vegades, de «llibertinatge consumista».



Les activitats dutes a terme han estat proposades des dels diferents claustres o grups de Professors d'Educació Infantil, Educació Primària i Educació Secundària, d'acord amb les característiques pròpies de cada Etapa.

Així, els més petits (E. Infantil) han escoltat contes («El mejor tesoro»), han jugat a «Comprar frutas», han vist vídeos i han realitzat fitxes específiques. Cada activitat es caracteritza per un matís lúdic, que tant els ajuda a aprendre.

Els alumnes d'E. Primària han col·laborat a omplir el col·legi de color, ambientant-lo amb els seus murals, el seu *minimercat*, on van simular la compravenda de productes i analitzant la publicitat en les compres que fem cada dia, tot plegat amb el suport de material audiovisual. D'altra banda, els alumnes i les alumnes del Tercer Cicle ja comprenen millor el funcionament dels bancs i els seus secrets.





Els majors del Cole, els alumnes d'E. Secundària, han proclamat un «Decálogo del consumidor responsable». Han dramatitzat situacions consumistes a partir d'un text d'Andrés Aberasturi, per facilitar un debat posterior. Han analitzat amb sentit crític constructiu la publicitat amb la qual les marques comercials ens «bombardegen» cada dia, a més d'«entendre» que l'alimentació sana ha d'incloure tota mena d'aliments i que solem ingerir massa greixos i molt poques verdures i fruites.



D'altra banda, cada Etapa ha realitzat una visita específica on es van reforçar les activitats dutes a terme al Centre. Els més petits van acudir al Centre Comercial Parqueastur, el segon cicle de Primària va acudir al Centro de Formació del Consumidor a Tineo, mentre que el segon cicle de Secundària va realitzar una visita a COGERSA, acte culminant que els ha fet comprendre la necessitat del reciclatge, la importància de la separació de les «nostres escombraries» i la gestió i tractament de residus.

Com creiem que les famílies han de ser el suport fonamental de l'educació dels alumnes, també hem intentant implicar els pares en aquesta Setmana Cultural, i per això hem preparat xerrades i conferències per reflexionar sobre les nostres actituds i hàbits de consum.



Centre de Recursos de Consum d'Alacant

Un espai per a la **formació permanent com a consumidors**



La societat del coneixement i de la informació, en la qual ens trobem immersos, serà, necessàriament, la societat de l'aprenentatge, perquè els ritmes dels canvis als quals estem sotmesos fan que els sistemes de formació inicial no puguin donar resposta a aquesta necessitat d'aprenentatge al llarg de tota la vida.

D'aquesta manera, sorgeix la necessitat de repensar l'educació i formació referida al tema del consum, i una de les respostes educatives més adequades i possibles, a part de l'educació reglada, resulta ser la creació d'un espai que contingui tota mena de recursos didàctics referits al consum, obert a tot tipus de públic, i on qualsevol persona pugui entrar, mirar, elegir aquell tema que li interessi, participar, interactuar amb els recursos didàctics existents al centre, tocar, manipular, informar-se, suggerir... En definitiva, aprendre de manera participativa i autònoma en un centre de formació creat a la mesura de qualsevol persona, independentment de la seva edat, nivell cultural, professió, interessos, motivacions, etc.

Amb aquest objectiu, l'Ajuntament d'Alacant i la Generalitat Valenciana han engegat el Centre de Recursos de Consum d'Alacant, que ofereix una sèrie de propostes dirigides a la població escolar i adults que pretén donar resposta a alguns dels interrogants plantejats.

El Centre de Recursos de Consum compta amb dues aules equipades amb recursos multimèdia, biblioteca amb servei de consulta a través d'Internet i una sala multiusos estructurada en quatre grans espais físics que corresponen a quatre àrees temàtiques:

- >>> Àrea de Noves tecnologies
- >>> Àrea d'Investigació i Salut
- >>> Àrea de Productes Industrials
- >>> Àrea de Serveis

Una exposició per a l'aprenentatge autònom

A cada àrea temàtica se situen diversos racons amb propostes d'activitats, una guia per poder realitzar-les de manera autònoma, unes fitxes per a l'autoavaluació i l'espai «Sabies que...?» compost per rètols lluminosos en què es dona informació sobre cada tema.

Amb aquesta exposició sobre diverses temàtiques, es pretén un primer acostament al món del consum,

proposant la realització d'una sèrie d'activitats de molt curta durada a totes les persones que, per qualsevol motiu, s'apropen al Centre, i que els permet reflexionar sobre quant saben d'aquests temes i la importància d'ampliar la seva formació. La ubicació del Centre en els baixos del Mercat Central d'Alacant facilita les visites espontànies de nombrós públic.





Els tallers didàctics per avançar en l'educació dels consumidors

A més d'aquesta proposta, el centre ofereix una sèrie de tallers destinats a grups de diferents col·lectius. Els tallers didàctics són propostes estructurades per abordar, amb major profunditat, algunes temàtiques de consum. Cada taller s'inicia amb una breu

exposició teòrica sobre el tema que dona pas a la realització de diverses activitats pràctiques. Els tallers apareixen agrupats en les distintes àrees de treball del CRC, i hi ha propostes per a tots els col·lectius i grups d'edat. Actualment el centre ofereix els següents tallers: Actualment el centro ofrece los siguientes talleres:

A l'àrea d'Investigació i salut:

- >>> El mercat
- >>> La compra responsable
- >>> Etiquetatge i additius en l'alimentació
- >>> Envasos i medi ambient
- >>> Els productes miraculosos d'ahir i avui

A l'àrea de Noves tecnologies:

- >>> Els telèfons mòbils
- >>> Comprar a la xarxa



A l'àrea de Serveis:

- >>> Defensant els nostres drets
- >>> Les assegurances
- >>> Les targetes de crèdit

A l'àrea de Productes industrials:

- >>> Seguir la pista del calçat
- >>> Seguir la pista de la roba
- >>> Etiquetes en els productes industrials
- >>> Els productes perillosos
- >>> Els cosmètics

¿Sabemos consumir?

Institut d'Ensenyament Secundari Viana do Bolo

La proposta de participació en la Xarxa d'Educació del Consumidor va ser un bon pretext per reflexionar sobre què ensenyàvem sobre consum al nostre centre i què sabia la gent de l'entorn sobre el tema. Partíem de la hipòtesi que l'educació per al consumidor, com molts altres temes transversals, no es tractava adequadament al nostre institut, i que els ciutadans no sabien

tot el que calia per actuar com a consumidors responsables. Un punt d'autocrítica potser és una bona base per començar a desenvolupar un projecte educatiu. Començarem a treballar des de qüestions bàsiques i elementals sobre aquesta temàtica, intentant arribar a la major part de la població. Per descomptat que l'objectiu últim és formar consumidors i usuaris responsables.

El nostre treball es va plantejar que es realitzaria en tres cursos acadèmics consecutius, i que els objectius per al curs 2002-03 serien els que citem tot seguit:

>>> Detectar el grau de coneixement sobre consum entre els habitants dels municipis que pertanyen a la zona escolar en què s'integra l'institut. Es tracta d'ajuntaments rurals relativament aïllats i despoblats de la província d'Orense: Viana do Bolo, Vilariño de Conso, A Veiga i A Gudiña.

>>> Avaluar l'educació per al consum realitzada en la mateixa zona fins al moment.

>>> Reflexionar sobre la importància de les pràctiques de consum dins d'un marc ètic general.

>>> Formar professors i alumnes, en grups reduïts, en educació al consumidor, aprofitant l'oferta educativa de l'Instituto Galego de Consumo.

>>> Organitzar al centre el Dia mundial dels drets del consumidor, convocant un concurs artístic i literari sobre consum ètic.

Com veurem més endavant, aquests objectius prenen sentit en relació amb el que estem realitzant en el curs actual, i el preveiem per al pròxim.



Una radiografia del **consumidor vianés**

Un grup de quatre alumnes de sociologia de batxillerat, dirigits per la professora Susana Fernández, va realitzar un estudi de camp, mitjançant enquesta, a més de 500 persones de totes les edats dels ajuntaments citats.

L'enquesta valorava tant els coneixements dels ciutadans sobre drets i deures com el seu comportament com a consumidors. Dels resultats obtinguts extraiem, entre d'altres, les següents conclusions:

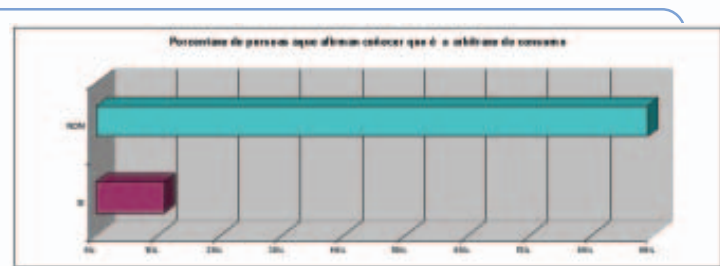
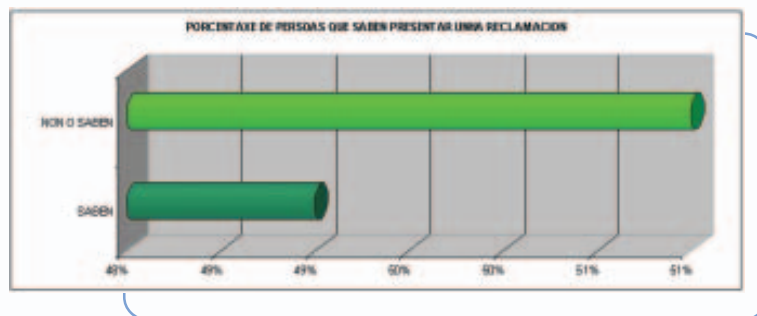


>>> Solament l'11% de la mostra diu que sap què és l'arbitratge de consum, però realment comprovem que només el 5,6% explica què és correctament.

>>> Un 23% d'homes i un 28% de dones afirmen haver estat estafats, però d'aquests només un 43% dels homes i un 20% de les dones van presentar reclamació. El 51% dels enquestats diuen que no saben formular una reclamació.

>>> Aproximadament la meitat dels enquestats no saben la diferència que hi ha entre un saldo i una rebaixa.

>>> El 65% dels enquestats afirma que no li importa pagar un preu una mica més elevat per un producte, si això implica condicions justes per a les persones que han intervingut en les distintes fases de la seva producció.



Un altre punt que ens interessava investigar, per la seva relació directa amb els resultats anteriors, era la situació de l'educació per al consumidor en la comarca. Cap municipi no posseeix OMIC, l'organisme que podria incidir en la formació dels ciutadans. Els centres escolars, començant pel nostre, presenten un tractament mínim o nul d'educació per al consumidor. No es concreta com, què i quan es van ensenyar els continguts d'aquest camp, fent una al·lusió vaga, si es fa, a l'educació per al consumidor. Algun centre, fins i tot, ens va posar dificultats a l'hora d'avaluar el seu projecte curricular de centre.

I ara què fem?

La responsabilitat d'avaluar el que els ciutadans de la nostra comarca saben sobre consum, i el desig de detectar resultats preocupants, com el fet que no se sàpiga què és un arbitratge de consum, quan aquest és un dels sistemes més eficaços per a qualsevol consumidor; ens va dur a plantejar accions concretes de cara als dos pròxims anys, encaminades a millorar notablement la situació en què ens trobem. El resultat del nostre treball ens va dur a una conclusió bastant objectiva: els consumidors de la zona tenen una falta d'informació important.

Per a aquest curs

En aquest curs estem incidint en dos punts: la formació del professorat i la de l'alumnat. Per fer-ho estem desenvolupant un projecte de formació en centres d'educació per al consumidor, amb la participació del col·legi de primària, de l'institut i de la professora que desenvolupa en la comarca el programa Preescolar a casa. Cada setmana, el grup prepara una sèrie de tutories que es desenvolupa amb els alumnes la setmana següent, assegurant-nos que aquests reben la informació, avaluant el procés a final de curs. Els materials s'adapten a primària, secundària i per a pares de «Preescolar a casa». Els temes tractats són: drets i deures del consumidor, publicitat, consum ètic, drets a l'hospital i al col·legi, consum d'adolescents (tatuatges, piercings, telefonia etc) etc.

El proper any: Curs 2004- 2005

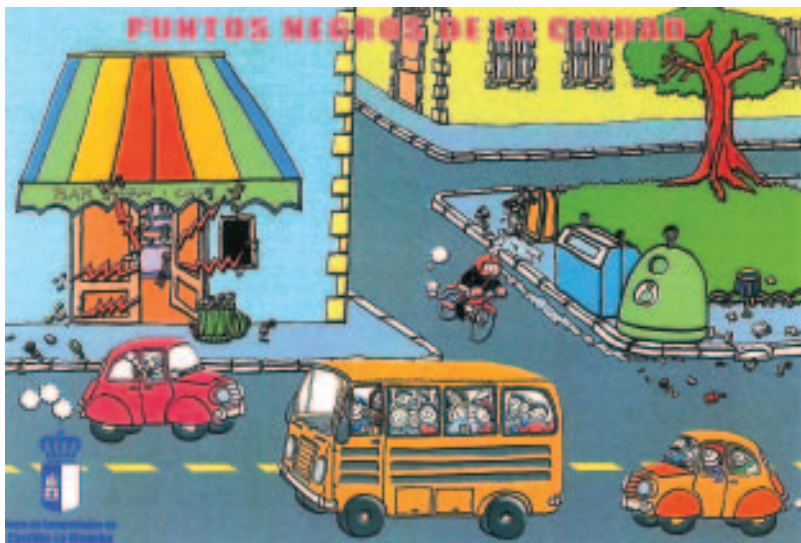
El proper curs assolirem la que considerem la nostra meta: que un grup d'alumnes i professors, durant tot el curs, es desplaci pels distints llogarets dels municipis a realitzar tallers amb els habitants sobre qüestions pràctiques, com ara saber formular una reclamació.

Per a això comencem a prendre contacte amb els alcaldes perquè col·laborin en el projecte. D'aquesta manera, aconseguirem millorar la informació de tots els ciutadans, i ens interessarem especialment per les persones de la tercera edat. A més, alguns dels nostres alumnes haurien d'adquirir la funció d'educadors pels seus propis mitjans.

La desinformació és un repte per a nosaltres: hem detectat casuístiques puntuals, però intolerables, de formes d'atenció en els serveis públics del municipi (escola, ambulatori, administració) i en les relacions consumidor-venedor. Com sempre, la cultura i el coneixement són la millora manera de defensar-se.



Centre de Formació del Consumidor Mòbil



Definició

Programa d'activitats adreçades a l'educació i la formació en matèria de consum, tot combinant materials didàctics i metodologia lúdica i participativa, amb la característica especial que està dissenyat per permetre que hi accedeixin totes les poblacions de la regió.

Destinatari

Programa dissenyat més específicament per a grups escolars d'Educació Primària. La flexibilitat dels seus materials també permet adaptar els continguts a altres grups d'usuaris potencials.

Continguts

Materials per al desenvolupament d'activitats entorn de 4 àrees de treball:

- >>> Alimentació
- >>> Medi ambient
- >>> Seguretat
- >>> Comerç Just

Fitxes didàctiques de les 4 àrees assenyalades:



Objectius

OBJECTIUS GENERALS DEL C.F.C. MÒBIL

- >> Fer possible l'accés a accions educatives en matèria de consum a diferents poblacions, sense el requisit d'haver de comptar amb instal·lacions específiques per al cas.
- >> Facilitar el coneixement de drets i deures dels consumidors d'una manera amena i participativa.
- >> Conscienciar la població infantil de la importància de les seves actituds en diferents àmbits de la vida quotidiana.
- >> Facilitar als centres escolars recursos didàctics per al desenvolupament dels seus programes en relació amb les diferents Àrees Curriculars i Temes Transversals.



OBJECTIU GENERAL DE L'ÀREA D'ALIMENTACIÓ

Potenciar el comportament d'acord amb els hàbits de salut que deriven del coneixement del cos humà.

OBJECTIU GENERAL DE L'ÀREA DE M. AMBIENT

Facilitar l'adquisició progressiva d'actituds de respecte, defensa i recuperació del medi ambient.

OBJECTIU GENERAL DE L'ÀREA DE SEGURETAT

Facilitar el reconeixement i la presa de consciència de les situacions de risc que es poden presentar a la vida quotidiana.

OBJECTIU GENERAL DE L'ÀREA COMERÇ JUST

Potenciar l'anàlisi crítica de la societat a què pertanyen i la seva relació amb els béns de consum.

Activitats del programa



El programa dissenyat per al Centre de Formació del Consumidor Mòbil es basa en una oferta d'activitats ludicoeducatives dirigides fonamentalment a grups escolars d'Ensenyança Primària.

Les activitats es distribueixen en 4 àrees, segons la temàtica que s'aborda i paral·lelament en els 3 Cicles d'Ensenyança Primària. Amb això es facilita a cada grup de participants la possibilitat de realitzar diferents combinacions d'activitats, segons la disponibilitat de temps i els temes que suscitin més interès. També permet la participació paral·lela de diversos grups, en poder realitzar les activitats de manera rotativa.

	1r CICLE	2n CICLE	3r CICLE
ÀREA ALIMENTACIÓ	RODA DELS ALIMENTS:20' MINIMERCAT:20'	RODA DELS ALIMENTS:20' MINIMERCAT:30'	ETIQUETADO:20' MINIMERCADO:30'
ÀREA SEGURETAT	LLAR ASSEGURANÇA:20' PRODUCTES PERILLOSOS:20'	LLAR ASSEGURANÇA:20' PRODUCTES PERILLOSOS:20'	LLAR ASSEGURANÇA:20' PRODUCTES PERILLOSOS:20'
ÀREA MEDI AMBIENT	LLAR I MEDI AMBIENT:25' SELECCIÓ D'ESCOMBRARIES:15'	MEDI AMBIENT I ENTORN:25' SELECCIÓ D'ESCOMBRARIES:25'	MEDI AMBIENT I ENTORN:25' SELECCIÓ D'ESCOMBRARIES:25'
ÀREA COMERÇ JUST		INTERCANVIDE SOMRIURES: 30'	LA RUTA DEL COMERÇ:30'



Aulas Kzgunea



Els indubtables avantatges de les noves tecnologies duen a plantejar-se la conveniència del seu ús com a recurs de formació en diferents àmbits de consum. És per això que des de la seva inauguració, Kontsumo Eskola es va plantejar com un dels seus objectius bàsics impulsar la seva utilització en el tractament dels diversos temes de consum.

Dintre dels 25 tallers que es realitzen a Kontsumo Eskola, és habitual que en algunes de les activitats s'emprin les noves tecnologies com una forma de completar el procés d'adquisició de coneixements. A més, hi

ha dos seminaris específics en què la metodologia se centra íntegrament en l'ús d'Internet com a recerca d'informació sobre consum.

Són els:

Seminaris *Kzgunea*

El projecte Kzgunea s'emmarca dins del Pla «Euskadi en la Societat de la Informació» l'objectiu del qual és potenciar les tecnologies de la informació en tots els nivells socials. Per a això, entre altres activitats, s'han creat els centres Kzgunea, en els quals s'imparteixen de manera gratuïta cursos d'iniciació a Internet a tota la ciutadania.

Kontsumo Eskola ha establert una col·laboració

amb aquests centres. D'aquesta forma, les persones que realitzen els Cursos d'Iniciació a Internet (20 hores), poden apuntar-se als Kzgunea per acudir a Kontsumo Eskola i aplicar els coneixements adquirits buscant informació sobre consum. Per a això, poden realitzar un d'aquests seminaris:

- >>> ***El Consumidor en la Xarxa.***
- >>> ***Drets del Viatger.***

Cadascun d'aquests tallers té dues hores de durada. Es realitzen íntegrament amb l'ordinador. El curs comença amb un document per mitjà del qual s'explica a l'alumnat, de manera resumida, els continguts que es van a tractar. Per com-

pletar aquesta informació, s'enllaça amb diversos web en els quals els alumnes poden anar llegint els continguts que apareixen. La lectura d'aquests permet resoldre diversos problemes que apareixen en el document inicial.

metodologia >>>





Desenvolupament dels TALLERS

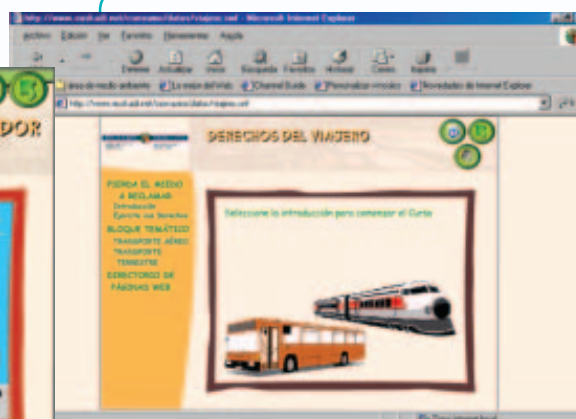


>>> Aquests seminaris es dirigeixen a tota la població, però especialment als col·lectius més allunyats de les noves tecnologies (tercera edat, mestresses de casa, persones immigrants, en situació d'atur...) Els grups que es formen per a aquest curs solen ser heterogenis quant a edat, sexe, professió... Això suposa una forma d'enriquir els continguts tractats, aportant diferents punts de vista i experiències com a consumidors.

>>> Les valoracions dels alumnes sobre els dos seminaris són molt positives: consideren que és una forma diferent d'adquirir coneixements sobre dos temes bàsics per als consumidors.

Ben aviat, els alumnes dels Kz podran realitzar un nou seminari a Kontsumo Eskola: *Adquisició de l'habitatge*. Es tracta d'un curs *on line* en què els alumnes poden anar llegint la informació sobre els conceptes que s'engloben en aquest tema i realitzant diverses activitats per posar-los en pràctica.

Cursos de formació *on-line*



Les persones interessades a seguir aprofundint en aquests tres temes, poden completar la seva formació visitant:

>>> Web de la Direcció de Consum del Govern Basc: www.kontsumo.net. En l'apartat de formació, trobem els cursos *on line* sobre «Drets del consumidor», «Drets del viatger» i «Habitatge».

>>> Web dels centres Kzgunea: www.kzgunea.net. En l'apartat de formació i en el Àrea d'oci (Drets del viatger), i en l'àrea *Llar i família* (El consumidor en la xarxa).

Escola Permanent de Consum de Casar de Càceres

Des del començament del mes de juliol de l'any 2002 va començar a funcionar a Casar de Càceres l'Escola Permanent de Consum gràcies al conveni signat entre l'Ajuntament de la localitat i la Conselleria de Sanitat i Consum de la Junta de Extremadura.

Aquesta escola, que funciona amb caràcter comarcal, pretén facilitar l'educació per al consum en tots els sectors de població, desenvolupant un esperit crític i responsable entre tots els consumidors en l'exercici dels seus drets i deures.

Totes les activitats programades al llarg d'aquest temps se centren en la formació del consumidor com a objectiu prioritari, i per això es fan aquestes activitats:

>>> Tallers per a escolars

La formació dels escolars és la part essencial del nostre treball, i per aquest motiu per a aquest curs 2003-2004 s'han ofert als col·legis i instituts de la comarca els següents tallers: «Els detectius de la dieta»; «Construcció de joguines amb material de deixalla», «La batalla de l'aigua», «Prevenió d'accidents infantils al carrer», «L'agència de publicitat». Aquests tallers estan adaptats a totes les edats (des d'infantil fins al batxillerat) i a tots els col·lectius: aquest any han participat al nostre taller els alumnes del C.P. d'Educació Especial de PROA (Càceres).

>>> «Curs de mediadors en Educació per al Consum»

Durant aquest any celebrarem la 3a edició d'aquest curs, molt sol·licitat per les associacions locals i pel col·lectiu jove de la nostra comarca. En aquesta ocasió, els continguts estan relacionats amb: la publicitat, l'alimentació, el reciclatge, la telefonia i Internet, i l'habitatge. El curs té una durada de 30 hores.

>>> «Cicle de xerrades i tallers per a la Tercera Edat»

Com que es tracta d'un dels col·lectius més vulnerables, des de l'Escola s'estan fent constants activitats adreçades a ells. Al llarg de tot l'any, es fan xerrades informatives i tallers pràctics sobre temes del seu interès, temes que ells mateixos proposen i dels quals destaquem: l'alimentació, les revisions de gas, la telefonia, la publicitat enganyosa. Entre les activitats per a aquest curs, destaquen: xerrada sobre drets i deures del consumidor en el tema dels serveis a domicili; xerrada sobre les revisions de gas: drets i deures; taller sobre alimentació saludable; xerrada «L'alimentació no és un joc: seguretat alimentària».

>>> «II Concurs de Cartells del Jove Consumidor»

Durant aquest curs s'ha celebrat la segona edició d'aquest concurs en el qual han participat més de 100 alumnes de primària i secundària de la nostra comarca. Enguany el tema era «Consum i medi ambient». Ben aviat es donarà a conèixer els guanyadors del concurs i se'ls lliurarà els premis en un petit acte al qual es convidarà els col·legis i instituts participants.

>>> Altres col·lectius

També s'ha organitzat una xerrada per als alumnes de l'Escola Taller de la localitat sobre el tema de la prestació de serveis a domicili i una altra xerrada amb l'Associació de Mestresses de Casa sobre la liberalització del sector elèctric, de gas i telefònic.

Aquestes són, fonamentalment, les principals activitats que es desenvolupen a l'EPC. Finalment, des de l'Escola elaborem campanyes informatives a l'estiu i durant el Nadal en què donem recomanacions i consells d'interès des del punt de vista del consumidor.

Carlos Carretero Mendoza. Tècnic EPC

Escola Permanent de Consum de Coria (Càceres)

Després de més d'una dècada dedicant esforços i mitjans a aquesta labor educativa transversal, l'Escola Permanent de Consum de Coria representa un projecte estable, amb vocació de continuïtat en el temps. Al llarg d'aquest temps hem procurat conjuminar esforços, compartir experiències i recursos, elaborar materials didàctics i fer que flueixi la informació entre els distints participants en les activitats. Engloba, per tant, un ampli col·lectiu que inclou pares, mares, tutors, institucions públiques i associacions.

L'Educació per al Consum és una crida d'atenció



comprin, i que creen que el sistema productiu gira entorn d'ells.

al fenomen que sorgeix a partir de la denominada «segona revolució industrial» i que s'ha aguditzat en la societat de la informació. Neix quan el sistema econòmic s'adona que és més fàcil fabricar productes que vendre'ls, i es consolida quan descobreix que per aconseguir vendre més i millor no només cal fabricar més productes en sèrie sinó que cal fabricar consumidors amb noves necessitats que els



En aquest context, els principals problemes als quals s'enfronta qualsevol consumidor són:

1. *Ajustar el consum a les necessitats.*
2. *Ajustar el consum a criteris de justícia social.*
3. *Ajustar el consum a les limitacions de recursos naturals.*
4. *Ajustar el consum a raons pròpies.*

En aquest sentit, l'Educació per al Consum és, segons el professor Fernández (1998):

«Aquella acció escolar l'objectiu de la qual és aportar a l'alumnat elements de tota mena que els permetin situar-se davant la societat de consum com a persones conscients, crítiques, responsables, i capacitar-les per filtrar la informació que reben, prendre decisions consumeristas i comprendre i situar els fenòmens derivats del consum, la publicitat i el màrqueting».

Els objectius de l'Escola de Consum de Còria s'enumeren en set punts fonamentals: CREAR (actituds i hàbits de bon consumidor), VALORAR (el consum generador de riquesa i treball), DESENVOLUPAR (la capacitat d'elecció dels béns de consum en funció del seu valor en distints àmbits), CONÈIXER (els mitjans que els sistemes de producció i publicitaris utilitzen per incitar-nos al consum), FOMENTAR (la solidaritat per mitjà del coneixement de la irregular distribució dels béns de consum) i, finalment, ACONSEGUIR (la capacitat de ser

un consumidor lliure, no dirigit, en el marc d'una educació formadora d'homes lliures, no depenents).

ACTIVITATS DE L'ESCOLA DE CONSUM CURS 2003-2004

Des d'una perspectiva metodològica, sempre hem tingut presents els següents principis en el desenvolupament de les nostres activitats: FUNCIONALITAT (els aprenentatges han de ser útils per a la vida), INTERDISCIPLINARIETAT (els continguts es desenvolupen i completen en les distintes àrees), APRENENTATGE SIGNIFICATIU (partint d'experiències prèvies), INDIVIDUALITZACIÓ (adaptació al ritme i capacitat de l'alumnat) i CONTEXTUALITZACIÓ (partint i utilitzant l'entorn).

Pel que fa als materials i recursos didàctics, les activitats són variades: xerrades, taules rodones, cineforum, intervencions en ràdio, debats i tallers. No obstant això, el gruix de la dinàmica se centra en els «tallers», propostes de treball estables que tenen l'activitat com a plantejament metodològic bàsic. El seu objectiu consisteix a apropar l'alumne al món del consum en les seves diverses facetes, per mitjà d'activitats pràctiques, lúdiques, de manipulació i engrescadores. En aquest sentit, l'oferta educativa comprèn diverses activitats que abasten diferents àmbits de l'educació en valors.

Escola Permanent de Consum de Jerez de los Caballeros

Els objectius generals d'aquesta escola són:

>>> **Formar i informar la població en general sobre temes de consum.**

>>> **Ser centre de recursos.**

Els tallers i activitats s'adrecen a tots els sectors de la població: consumidor jove, adult i de la tercera edat, professorat, associacions, professionals de diversos sectors...

La metodologia es du a terme mitjançant actuacions de forma eminentment pràctica, perquè es considera que el consum és quelcom real que està present de manera activa en totes les accions de la vida; és per això que no se li dona un caràcter teòric, el qual no es pot practicar realment, raó per la qual es parteix sempre de qualsevol acció de consum quotidiana i s'aplica al desenvolupament actiu del taller, contemplant les diverses situacions en què un consumidor es pot trobar. I, naturalment, totes les experiències compten amb la corresponent base teòrica, recolzades en tota la Llei de Consumidors i Usuaris.

A més, la funcionalitat del que s'aprèn s'ha de basar no solament en el seu caràcter pràctic, sinó que ha de realitzar-se de tal forma que sigui el mateix alumne qui descobreixi per ell mateix aquest aprenentatge.

Amb tot plegat es pretén que l'alumne pugui anar solucionant els problemes de consum que se li plantegin al llarg de la vida; fomentar les relacions afectives i socials i, al capdavant, ser un consumidor plenament format.



«Mengem bé al pati»:

Una experiència per al desenvolupament de bons hàbits dietètics, higiènics i de consum responsable



L'educació en consum és responsabilitat no només de les Administracions Públiques, sinó també de tots els sectors relacionats amb el col·lectiu de consumidors i usuaris, com és el cas de les Associacions de Consumidors, en el seu paper de representants socials d'aquest col·lectiu. La Comunitat de Madrid, conscient de la necessitat de col·laborar amb aquestes últimes en matèria de defensa del consumidor, ha engegat, juntament amb la Unió de Consumidores de la Comunidad de Madrid - UCE, un programa educatiu que es proposa formar els alumnes d'Educació Primària en hàbits dietètics, higiènics i de responsabilitat respecte a la seva alimentació.

El projecte neix a partir de la preocupació que existeix davant cert deteriorament que s'està produint, els últims anys, en els hàbits d'alimentació infantil, fet que, en nombrosos casos, arriba fins i tot a l'aparició de disfuncions nutricionals. Els estudis més recents destaquen que cada vegada són més les famílies que no donen la importància que es mereix al desdèjuni, tan essencial per als infants, atès que es troben en ple procés de creixement i desenvolupament. Els nens passen la major part del matí al col·legi, on gasten molta energia, tant física com mental. Tanta activitat desenvolupada al llarg del dia fa necessari que els més petits disposin, des de primera hora del matí, d'una aportació nutricional adequada.

Abans de dur a terme el programa, un equip format per pedagogs, nutricionistes i tècnics de consum de la Unió de Consumidors de la Comunidad de Madrid - UCE, va desenvolupar una experiència pilot als centres escolars dels municipis que componen la Mancomunitat Miscam (Belmonte del Tajo, Brea de Tajo, Carabaña, Estremera,

Fuentidueña de Tajo, Orusco de Tajuña, Perales de Tajuña, Tielmes, Valdaracete, Vald Laguna, Valdilecha, Villamanrique de Tajo), als quals es va adherir Villar de l'Olmo, en conjunt, una agrupació d'ajuntaments situats al sud-est de la Comunitat de Madrid, una zona bàsicament rural. Els seus resultats van permetre establir la necessitat de centrar el programa educatiu en l'alimentació «a l'hora de l'esbarjo» perquè:

1. L'educació alimentària a l'hora de l'esbarjo mai no ha estat objecte de campanyes educatives específiques.
2. Els petits donen molt poca importància al menjar que prenen durant l'esbarjo, perquè els mateixos pares tot just li'n donen. Per tant, la primera dificultat consisteix en aquesta poca atenció sobre l'assumepte.
3. La gran majoria dels alumnes no mengen absolutament res durant l'esbarjo.
4. Si bé els aliments més idonis a aquesta hora haurien de tenir una funció plàstica o reparadora, en la pràctica es va constatar que aquests es veuen substituïts per «diners»



amb els quals comprar pastes i l·laminadures (en definitiva, calories «buides»). Aquest hàbit duu implícit un problema nutricional que va més enllà de la substitució descrita: «la important ingesta calòrica que es realitza al matí disminueix en part l'apetit romanent al llarg de la resta del dia.»

Davant aquests resultats, amb el programa s'ha pretès incidir directament en els hàbits dels alumnes d'Educació Primària (6 a 12 anys d'edat) perquè adquireixin conceptes significatius en relació amb la seva alimentació. En concret:

- >>> Conèixer els diferents aliments de la dieta mediterrània i la seva classificació segons propietats i funcions.
- >>> Prendre consciència de la importància que tenen els hàbits higiènics per a una alimentació sana.
- >>> Adquirir una actitud responsable respecte al menjar en el moment concret de l'esbarjo.

Encara que l'objectiu general del programa és comú, donada la diversitat d'edats dels alumnes de primària, s'ha adaptat la metodologia de treball als diferents cicles d'aquest nivell educatiu, i s'ha elaborat dos models de quaderns de treball editats per la Unió de Consumidores - UCE, que recullen tota la informació que es transmet per conscienciar els més joves d'una forma amena i didàctica sobre la importància de l'alimentació en l'hora de l'esbarjo. La metodologia de treball utilitzada s'ha basat en l'esquema habitual d'un taller, completat amb diàlegs actius, qüestionaris comentats, debats i exposicions explicatives per part dels monitors responsables del projecte.

Així, per al primer cicle (6 a 8 anys) es va proposar aconseguir *que el nen o la nena siguin conscients que el cos humà té unes necessitats que cal satisfer*. Amb el segon cicle (8 a 10 anys) es va tractar *que integrés el sentit d'alimentació equilibrada i d'hàbits d'higiene*, el primer respecte a les funcions que ocupen els diferents nutrients en l'organisme i el segon respecte a l'acte de menjar. Amb el tercer cicle (10 a 12 anys) es va procurar *que adquirissin una actitud responsable en les seves*

eleccions d'aliments, en el sentit que aquests siguin dietèticament equilibrats.

Una vegada finalitzat el projecte, que s'ha aplicat a una població de 878 alumnes, es constata que la major part dels nens i nenes han aconseguit fixar en els seus hàbits alimentaris conceptes bàsics per a una alimentació sana, i són conscients que han de consumir productes d'una dieta variada, amb especial atenció al consum de fruites i lactis. No obstant això, ha estat impossible eradicar

totalment el consum de la brioixeria industrial com a part habitual de la seva dieta. Per això es considera fonamental el reforç continu de conductes que consolidin els coneixements i actituds adquirits. Per a això seria convenient dedicar atenció als pares, els quals, al cap i a la fi, són la primera baula de la cadena educativa i els qui més pes exerceixen en la constitució dels futurs ciutadans i ciutadanes, sense oblidar tampoc el professorat ni la comunitat educativa per la seva rellevant labor.

La realització del programa ha tingut molt bona acollida per part dels centres i dels alumnes, que han manifestat el seu interès que pugui repetir-se la mateixa activitat en cursos pròxims. Això confirma que accions puntuals en l'adquisició d'hàbits de consum poden ser valuoses per elles mateixes, a més de servir d'experiències pilot. Tot plegat no ha de fer oblidar la idea essencial d'integrar cada acció educativa en el conjunt dels programes d'estudi i de la noció mateixa de comprensió.

No podem acabar aquest article sense agrair i felicitar els professionals de la Unió de Consumidores de la Comunitat de Madrid - UCE pel magnífic treball i interès demostrat al llarg del programa, i sense la col·laboració dels quals aquest no hagués estat possible.

Per a més informació podeu comunicar-vos amb:
Sra. Dña. Susana Gil Pascual
Cap del Servicio de Orientación al Consumidor
Dirección General de Alimentación
Comunidad de Madrid
ESPAÑA / SPAIN
Teléfono: 91 580 92 42. Fax: 91 420 58 26
E-mail: susana.gil@madrid.org

«Mengem bé al pati»:
Una experiència per al desenvolupament
de bons hàbits dietètics,
higiènics i de consum responsable



Projecte JUNTS SOM MÉS en el marc de la celebració del Dia Mundial dels Drets del Consumidor 2004 a l'Aragó



L'Educació del Consumidor és un dels pilars més rellevants en el marc de les accions preventives en l'àrea del consum per als ciutadans, ja que els capacita per poder exercir eficaçment i adequada la defensa dels seus drets com a consumidors i usuaris.

Tenint en compte les dificultats que poguessin existir perquè els adults adquireixin nous hàbits, s'ha considerat tradicionalment l'Educació del Consumidor com el conjunt d'accions formatives destinades als més joves i, més en concret, als que es troben en edat escolar. No obstant això, cal continuar durant l'edat adulta i fins i tot en les persones més grans amb un procés de formació permanent, que els permeti dotar-se d'una sèrie d'eines i habilitats per assimilar i aplicar la informació genèrica i específica al consumidor. En aquest marc, des de la Direcció General de Consum del Govern d'Aragó es desenvolupen moltes activitats per a l'aprenentatge d'aquests coneixements i habilitats.

En aquest curs, i com a successor del Certamen Europeu del Jove Consumidor, realitzat en exercicis precedents, es desenvolupa el projecte JUNTS SOM MÉS, la finalitat del qual és donar a conèixer als ciutadans la idea d'una Europa ampliada que suma història, música, costums, cultura, forma de consum... i que té un futur en comú. **Tema molt apropiat perquè prenguem consciència de l'ampliació i perquè coneguem millor els consumidors d'aquests països, ja que entre els**

objectius del projecte hi ha:

- >>> Conèixer la Unió Europea i els països que la integren actualment i els països que formaran part de la Unió a partir del 1º de maig de 2004.
- >>> Apropar-se al coneixement d'algunes característiques dels països candidats a l'ampliació, principalment en l'àmbit de la cultura, l'art, l'educació, l'estil de vida i el consum.
- >>> Descobrir que junts som més persones, més cultura, més art, més varietat de totes les manifestacions populars i de consum.
- >>> Aprendre a valorar la contribució de tots els països en la construcció europea.



Durant el mes de març es realitzen a la nostra Comunitat Autònoma una diversitat d'actes entorn del 15 de març, per celebrar el Dia Mundial dels Drets del Consumidor i com a actuació representativa de l'Educació

del Consumidor s'ha escollit una jornada del certamen JUNTS SOM MÉS, amb activitats realitzades el dia 11 de març de 2004 al CEIP Sancho Ramírez, de la ciutat d'Osca.

De les activitats realitzades per alumnes de 5è i 6è d'educació primària destaquem les següents:



El mapa mut

Objectiu: Situar geogràficament els països de la Unió Europea

En un mapa mut, acolorir i nomenar els països que formen part de la UE i els candidats a l'ampliació.

Detectius europeus

El joc es realitza en una superfície àmplia o en el sòl de l'aula.

Hi ha 40 fitxes repartides en 4 categories (4 fitxes per cada país de l'ampliació).

- >>> **Capitals i ciutats**
- >>> **Menjars i begudes típiques**
- >>> **Personatges cèlebres**
- >>> **Moneda**

L'aula es divideix en 4 grups i a cada grup se li lliuren les 10 fitxes de cada categoria. Els/les alumnes han de situar al costat del nom de cada país la fitxa que li correspon. És un joc de participació i companyonia ja que han de descobrir la resposta correcta, perquè les fitxes contenen pistes que fan referència a unes altres que poden estar col·locades.



Consumim a Europa

Objectiu: Descobrir i conèixer quins productes i serveis aporten els països de l'ampliació europea.

Joc de simulació en què l'alumnat es divideix en dos grups:



Els venedors: representants dels països de l'ampliació que venen productes típics i serveis o allò en què són especialistes.

Els compradors: representants de qualsevol país de la UE.

Els venedors, per parelles, representen un país de l'ampliació i disposen d'un llistat prèviament realitzat amb els productes i els preus.

Els compradors, també per parelles, han d'investigar el que poden comprar a cada país, comparar productes i preus i fer una compra responsable.

Altres activitats: La sopa de lletres, Roda de preguntes i respostes, etc.

En la visita a les aules per a compartir amb els alumnes aquestes activitats, vam poder comprovar com infants de diferents nacionalitats comparteixen un futur comú, de pau i d'unió entre els pobles, i el seu somriure i il·lusió ens duu de la mà a un demà esperançador.

En la presentació d'aquest projecte, que ha tingut especial repercussió en els mitjans de comunicació locals i autonòmics, es va comptar amb la presència d'autoritats del Departament d'Educació, Cultura i Esport, i de l'Ajuntament d'Oscà, que, al costat del Departament de Salut i Consum del Govern d'Aragó van demostrar que la coordinació i coparticipació interdepartamental i interinstitucional pot redundar en un aprofitament de les sinergies i dels esforços amb un objectiu comú, com és el que la societat sigui cada dia més generosa, respectuosa i intercultural.



El consum de les noves tecnologies pels adolescents

La societat de la informació, emergent en l'actualitat amb l'ús en la vida quotidiana de les tecnologies de la comunicació, està donant lloc a nous conceptes culturals, maneres de crear coneixement i fins i tot de llenguatges. No sols canvia la nostra manera d'actuar, sinó també la nostra percepció de la realitat.

Aquesta expansió, esdevinguda els darrers anys, i de manera referent pel que fa als mitjans telefònics i informàtics està afectant de manera directa els adolescents, perquè els seus hàbits de consum estan canviant a causa de l'ús diari que fan dels telèfons mòbils, Internet, gravadores de CD-ROM, DVD...

En consonància amb aquest fet, la Conselleria de Sanitat, per mitjà de la Direcció General de Salut Pública i Consum intervindrà en la «V Expojoven de Castilla y León» que se celebrarà el mes d'abril a Valladolid, amb un gran joc electrònic de preguntes i respostes alternatives sobre les noves tecnologies, en què participaran, per equips, els joves visitants. Els objectius prioritaris

són que aprenguin a utilitzar-les de manera correcta i segura, i que analitzin les repercussions que tenen sobre la salut i el medi ambient.

Els centres escolars de Castella i Lleó, conscients també de com ha afectat aquesta revolució tecnològica els joves, treballen el tema aquests darrers anys dins del programa d'activitats de consum que anualment organitzen sobre l'educació del consumidor, en col·laboració amb la Direcció General de Salut Pública i Consum.

N'és una mostra el projecte que presentem tot seguit.

L'Educació del Consumidor

al col·legi privat Santísima Trinidad (Salamanca)



El nostre centre desenvolupa, des de fa uns quants cursos acadèmics, activitats de consum perquè els alumnes adquireixin les capacitats i destreses que calen per desenvolupar-se en la societat actual.

La idea sorgeix d'un grup de professors preocupats pe un consum que en alguns casos potser és abusi dels nostres alumnes, i no sols en matèria de menjar, alcohol i tabac, sinó també en l'ús de les noves tecnologies.

L'objectiu fonamental de les activitats, que abasta matèries com: Informàtica, Tecnologia, Matemàtiques i Disseny, és aconseguir una **EDUCACIÓ PERA LA SALUT I EL CONSUM**.

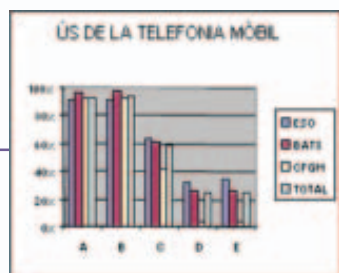
Per dur a terme el nostre objectiu, se sol·licita una subvenció a la Junta de Castella i Lleó. Un cop aprovada la nostra sol·licitud, s'intenta dividir el treball en diverses parts perquè hi col·laborin els alumnes de Segon Cicle d'Ensenyança Secundària Obligatòria, Batxillerat, Cicle Formatiu de Grau Mitjà i Cicle Formatiu de Grau Superior. D'aquesta manera, pretenem que els nostres alumnes siguin capaços de:

1. *Mostrar curiositat i interès per les noves tecnologies.*
2. *Assumir de manera activa l'aparició i l'avenç de les noves tecnologies, incorporant-les a la vida quotidiana.*
3. *Analitzar les repercussions que sobre el medi ambient i la salut té el desenvolupament tecnològic.*
4. *Mantenir una actitud d'indagació i curiositat vers els elements i problemes derivats de l'ús de les noves tecnologies.*
5. *Desenvolupar un oci sa i sense consum abusiu.*



Les activitats comencen el tercer trimestre del curs 2002/03 i finalitzen el primer trimestre del curs 2003/2004.

En primer lloc es va realitzar una enquesta amb sis blocs (Mòbils, Internet, Videojocs, Ordinadors, Imatge/So i Despeses) per tractar de manera àmplia les dades, realitzar gràfics comparatius i obtenir conclusions. «En total es van contestar 263 enquestes».

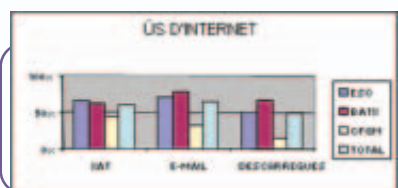


Els usos estudiats són A-Trucades, B-Missatges, C-Jocs, D-Internet, E-Imatges. Com era previsible, els usos principals són les trucades i els missatges, encara és pobre l'ús per a Internet i per al maneig d'imatges, perquè no tots els telèfons tenen aquesta possibilitat. També cal destacar que els resultats són semblants en els tres grups analitzats en els aspectes A i B, no així en la resta; en el cas dels jocs, pot ser perquè al grup de CFGM gairebé tots són dones, menys aficionades als jocs.

Pel que fa a la dependència que creuen que tenen, destaca la igualtat entre els grups i la importància dels missatges de text.



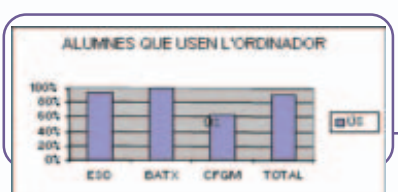
En l'ús d'Internet, la primera cosa que s'observa és la desigualtat pel que fa al lloc des del qual accedeixen a Internet. La majoria dels alumnes de Batxillerat i ESO ho fan des de casa, perquè hi tenen Internet, mentre que els del CFGM ho fan principalment a cibernets. Destaca que gran part dels alumnes hi tenen algun accés.



L'estudi l'hem realitzat sobre diversos tipus de jocs A-Esports B-Guerra i lluita, C-Estratègia, D-Simuladors i E-Educatius.



A l'ESO i el batxillerat gairebé tots els alumnes utilitzen l'ordinador, no així al CFGM, on encara un 40% dels alumnes no l'utilitzen mai.



Pel que fa a l'ús que fan de l'ordinador els alumnes, hem inclòs A-jocs, B-Processador de text, C-Full de càlcul, D-Bases de dades, E-Tractament d'imatges, F-Programes educatius, G-Música i H-Cinema.

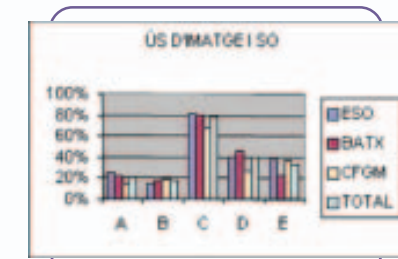
Els aspectes estudiats són: A-Fotografia digital, B-Vídeo digital,

C-Reproductor de CD, D-Reproductor de DVD, E-Televisió digital.

El maneig d'imatges o vídeos digitals és escàs, pel preu de les màquines i perquè és una afició no majoritària. La música en aquestes edats és molt important, i està lligada a qualsevol temps d'oci, i això es reflecteix en els resultats, i s'observa l'àmplia difusió que té el DVD i la televisió digital.



La despesa l'hem dividida en A-Telefonia mòbil, B-Internet, C-Ciber, D-CDs originals, E-CDs pirates, F-Consumibles informàtics, G-Videojocs originals, H-Videojocs pirates, I-Pel·lícules de vídeo, J-Pel·lícules de DVD i K-Programes informàtics.



Els resultats d'ESO i batxillerat són molt semblants: gairebé tots els alumnes utilitzen el xat i els e-mail com a mitjà de comunicació i contacte, i és molt menor en CFGM, entre altres coses perquè la freqüència d'utilització és molt menor.

Davant dels resultats obtinguts, amb el tractament de les dades de l'enquesta es va dur a terme la realització d'una campanya de consum raonable. Els murals i rètols es van distribuir per tot el Centre tant a les aules com pels passadissos.



Aspectes de l'ecoauditoria a l'IES Marqués de la Ensenada de Haro (La Rioja)

«El centre escolar, a més d'una estructura social amb una organització i relacions entre persones, presenta un conjunt d'estructures materials on es donen interaccions i intercanvis amb l'exterior. Es

compren i consumeixen materials, es donen aportis de matèria i energia (electricitat, fuel, aigua, aliments, etc.) es generen residus s'ocupa un espai i per tant es causa un impacte ambiental.»

A. Fdez. Ostolaza

Però, com pot creure el nostre alumnat en la sinceritat i coherència dels nostres discursos entorn de les tres R si perceben que no utilitzem el paper per les dues cares en les activitats escolars? Serà difícil que assumeixin la importància de l'estalvi energètic si les portes estan obertes mentre la calefacció és encesa, si no hi ha cap mena d'aïllament tèrmic o acústic a les aules. Si les aixetes i les cisternes del centre perden aigua de manera incontrolada, no seran molt significatius els audiovisuals que assenyalen que l'aigua escasseja.

D'aquesta manera, sense sortir del centre, podem marcar-nos objectius que ens permetin (obliguin) a tractar problemes ambientals, superant d'aquesta forma la desconexió tradicional entre l'escola i la vida quotidiana. Fem nostre el clàssic lema «TOTA PEDRA FA PARET» o, com es diu ara: «pensa globalment i actua localment». És a dir, perquè la vida, el desenvolupament al planeta sigui sostenible, ho ha de ser cadascuna de les seves parts; si els nostres hàbits són «sostenibles», si casa nostra és «sostenible», si el nostre centre és «sostenible», si... aleshores el nostre municipi signarà i complirà l'Agenda 21 local, el nostre país complirà els compromisos de Kioto... i ens aproparem a un planeta que podran heretar generacions esdevenidores sense hipoteques que condicionin totalment el seu futur.

L'ecoauditoria escolar és un recurs, una estratègia en educació ambiental als centres educatius que permet efectuar una anàlisi de l'impacte que causen en el medi ambient les activitats del centre escolar.

Aquest procés es completa amb un pla d'actuació per millorar la gestió del centre. En la pràctica, això es tradueix en un intent d'establir un programa de gestió ambiental del centre en el qual s'impliqui activament la comunitat educativa de forma global o parcial.

Cal assenyalar que les ecoauditories escolars són programes educatius en els quals resulta més rellevant el

procés que el resultat, és a dir, on són més importants els aspectes pedagògics, de foment de valors, de modificació de conductes, de participació, etc., que els mateixos processos de gestió ambiental. L'ecoauditoria es pot organitzar de diverses formes. Nosaltres, a l'IES Marqués de la Ensenada d'Haro (La Rioja) ho hem organitzat, més o menys, com s'indica en el quadre adjunt.

No hem d'oblidar que l'alumnat és el destinatari final del programa i n'és el principal protagonista. La seva participació ha de ser màxima, i amb això es pretén aconseguir els canvis d'actitud i d'hàbits pel que fa a l'entorn. Però també se'n deriven aspectes de formació per al professorat, i el mateix Centre pren consciència d'ell mateix millorant la seva imatge i la projecció exterior.

Treballar d'aquesta manera té, quan funciona, grans avantatges, ja que atorga rellevància al protagonisme del mateix alumnes en la gestió del seu entorn més immediat. A més,

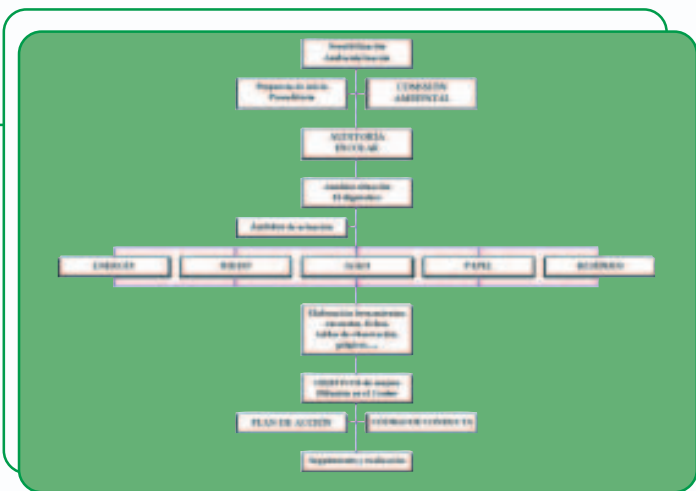
s'ofereixen possibilitats de veure els resultats de la pròpia acció i gaudir-ne, la qual cosa facilita una relació afectiva amb l'entorn escolar.

D'altra banda, exercita la capacitat (de tots els estaments) per resoldre problemes i proposar solucions. Deixa oberta la possibilitat de traslladar l'experiència a altres entorns immediats (casa, barri...) i ajuda a la formació en educació ambiental del professorat.

El procés de la comunicació de resultats té gran importància perquè la comunitat escolar sigui conscient del fruit de l'esforç realitzat entre tots, i per definir altres objectius de millora o incidir de manera més eficient sobre els ja auditats, en el cas que no hagin estat eficaces les mesures adoptades.

Però l'alumnat, i també el professorat, té una tendència a negligir tot allò que s'origina en el desenvolupament de les activitats d'ensenyament-aprenentatge que es realitzen al centre escolar i nosaltres vam voler fer extensives les conclusions internes a tota





la ciutat d'Haro, en una primera fase, i a la zona d'influència de l'Institut, en fases posteriors. Vam voler desenvolupar un efecte multiplicador sobre altres sectors o organitzacions, administracions, etc. Amb això, a més d'actuar en la línia de realitzar accions a favor del medi ambient, ja que perquè la ciutadania adquireixi hàbits d'eficiència energètica, per posar un exemple, ha de conèixer les actituds que seria convenient que adoptés, fomentàvem, també, una millora de l'autoestima molt motivadora i necessària, sobretot en la preadolescència. Per a això, professors i alumnes vam elaborar una sèrie de tríptics que s'han deixat a a les bústies de tota la ciutat, amb l'ajut inestimable de l'Ajuntament d'Haro i de Caixa Rioja, algun dels quals us presentem ara.

Respecte als tres primers, dels quals us en presentem dos (falta el de la conducció eficient, que dona una sèrie de consells per adquirir un estil de conducció que sigui energèticament eficaç i més segur), tenen com a factor comú l'energia, podem dir que: **No plantejar-se l'estalvi energètic és detenir-se en el passat.**

Per què cal estalviar energia? Títol del primer tríptic, ens indica tres idees bàsiques: 1r. L'energia és un bé escàs i les seves fonts tendeixen a esgotar-se. 2n. L'energia costa bastant diners. Reduint el consum, vam contribuir a la millora de l'economia familiar i del país i 3ª. El canvi climàtic que amenaça amb fer pujar la temperatura terrestre en uns pocs anys s'alentirà si es redueix l'ocupació de combustibles fòssils (petroli i carbó) que s'utilitzen per a produir-la.

El consum d'energia està clarament lligat al desenvolupament d'un país. Però *el progrés no pot estar renyit amb la raó*, i en les últimes dècades la nostra societat està prenent consciència que el desenvolupament ha de ser compatible amb el bon ús dels recursos energètics i la conservació del medi ambient. L'estalvi energètic en l'actualitat es planteja en termes de rendiment energètic i de rendiment econòmic. Així, resulta més barat estalviar un litre de petroli que obtenir-lo, ja que és més car el procés de prospecció, extracció, transport, refinat, etc. del litre de petroli, per exemple, per obtenir gasolina, que invertir per

dissenyar un cotxe que consumeixi menys gasolina. En el segon es posa l'accent, d'una banda, en els diversos aspectes de malbaratament energètic a la llar i d'altra banda donem una sèrie de consells a l'hora de comprar els electrodomèstics (hi ha un apartat referit a l'Etiqueta Energètica) així com la manera d'usar-los convenientment.

El quart dels tríptics, el referit al **SOROLL**, té un aspecte substancial, que és el d'assumir que el soroll és un tipus de contaminació que redueix notablement la nostra qualitat de vida i, sobretot, que no és una cosa consubstancial al ser humà, que juntament amb Japó, Espanya és el país més sorollós del món.

Hi ha un curiós quadre que ens indica el volum que hem d'assumir (veu baixa, alta, a crits...) en funció dels decibels del soroll ambiental. Els resultats són molt significatius.

En el cinquè, i ara com ara últim tríptic, s'aborda el tema de l'**AIGUA** d'una manera ben distinta. Amb molt poc text, de manera molt visual, hi apareixen uns personatges que dins de l'IES Marqués de la Ensenada són molt coneguts i estimats. Al cantó del bé, permetin-me aquest format tan maniqueu, tenim **Cerebrito**, que com el seu nom indica denota intel·ligència i fa referència a la nostra artèria fluvial, el riu Ebre. En contra seva hi ha els desbaratadors que es dediquen a malbaratar tanta aigua com poden. La dialèctica entre ambdós dona lloc a un atractiu tríptic dirigit als més petits que fins i tot han d'acolorir-los.

Esperem contribuir així a desenvolupar l'Educació ambiental com a estudi i coneixement de les problemàtiques ambientals per conscienciar i, sobretot, adquirir aptituds i actituds favorables al mitjà que ens capacita per fer accions al seu favor. Javier Anero Tejada Coordinador Grup Ecoauditories.



Campanya piercings i tatuatges a Tenerife

L'Oficina Insular de Consum i Promoció de Qualitat del Cabildo de Tenerife, executa, des del mes d'octubre de 2003, una àmplia campanya, centrada en el consum racional i responsable a l'hora de contractar serveis que suposin la decoració del cos a través de piercings o tatuatges.

Aquesta campanya s'emmarca dintre del projecte europeu «Da en la Diana por tu Seguridad», promogut i coordinat per la Xarxa d'Educació del Consumidor, que pretén informar i educar sobre la seguretat de productes i serveis que són d'interès i d'àmplia demanda per part dels joves.

Per engegar aquesta campanya hem realitzat un **estudi**, a través d'una enquesta telefònica, que ens permetés conèixer la realitat, el nivell d'informació i les característiques en el consum de piercings i tatuatges entre els consumidors de Tenerife.

D'altra banda, estem duent a terme una sèrie d'**activitats educatives** per tots els centres d'educació secundària de l'Illa. Prèviament a la posada en pràctica d'aquests tallers itinerants, es va enviar als responsables dels centres el material de «Da en la Diana», guia per al professor i guia didàctica per a l'alumne.

Així mateix, coincidint amb el passat Nadal i l'engegada del Parc Infantil de Tenerife, hem realitzat el disseny i muntatge d'un macrojoc denominat «**El Minigolf**», amb un àrea lúdica per als Tatuatges i altra per als Piercings, en què van participar més de 7.000 nens.

Enquesta a la població de Tenerife



Aquest estudi revela que el 12% dels tinerfenys tenen un tatuatge, i el 15% un piercing; aquesta dada és encara més significativa si sumem els que manifesten el seu desig de fer-se un tatuatge, un 27% i de fer-se un piercing, el 18%.

Les zones del cos on més tatuatges es realitzen són l'esquena, amb un 38%, seguides de les cames, un 29%, i els braços, un 25%.

Les zones on més piercings es realitzen són l'orella, amb un 27%, seguit del llobrígol (25%) i el nas (18%). La resta de les zones on els enquestats tenen piercing és la llengua, la cella, el mugró i el llavi.

La forma d'elecció del centre, en la majoria dels casos, va anar per referències de coneguts o amics, en un 70% dels casos, i, més del 70% dels usuaris no va rebre factura pel servei realitzat.

Quant als requisits que han de reunir els establiments, així com els professionals, en el cas dels tatuatges, un 48% dels enquestats no va ser capaç d'indicar un sol requisit, i en el cas dels piercings, el desconeixement dels requisits arriba al 54% de la mostra.

Finalment, cal assenyalar que tan sols un 22% de les persones que tenen tatuatges realitzats va rebre factura pel servei rebut, i en el cas dels piercings, només van rebre la factura un 20%.

>>> Campanya Itinerant

Des de l'inici del curs escolar 2003/2004, es duen a terme una sèrie d'activitats pels centres de secundària, campanya que recorre tots els municipis de Tenerife i que es desenvolupa directament a l'aula.

Aquesta activitat té una durada per sessió d'1.45 minuts. En cada sessió es treballa amb el grup-classe (20-25 alumnes). En cada centre educatiu s'està una mitjana de dos dies.



El desenvolupament de l'activitat consisteix a establir un diàleg amb els alumnes, fer-los preguntes sobre aquestes pràctiques i passar-los un petit qüestionari, que ens indiqui els seus coneixements previs. Posteriorment, se'ls exposen imatges de diferents piercings i tatuatges, s'analitzen les seves característiques, se'ls informa dels seus drets i de les mesures higienicosanitàries que han de tenir en compte.

Finalment, se'ls presenten diferents tipus de piercings i fan una anàlisi comparativa sobre la seva composició, etiquetatge, zona recomanada, cures posteriors a la seva col·locació, etc.

Aquesta activitat s'està desenvolupant en uns 57 instituts d'ensenyament secundari, d'uns 20 municipis de Tenerife i hi participen uns 6.500 alumnes.



Parque Infantil de Tenerife 2003 «EL MINIGOLF»

Aquesta activitat lúdica educativa es va portar a terme al Parc Infantil de Tenerife, del 19 de desembre al 5 de gener.

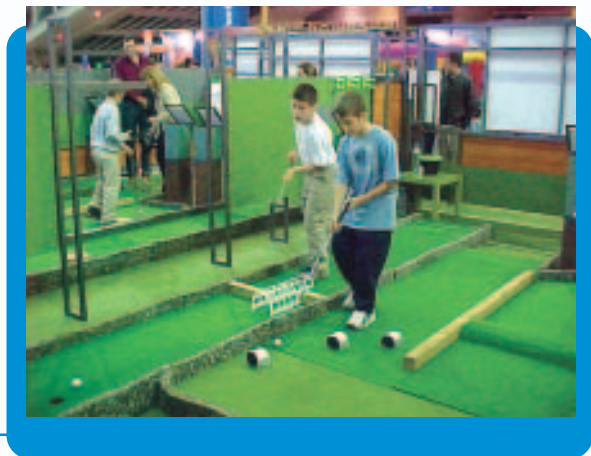
Aquest projecte va suposar la instal·lació d'un estand denominat «El Minigolf», compost d'una zona lúdica per a tatuatges i una zona per a piercings, amb una superfície aproximada de 64 metres quadrats, que reproduïx un joc de personatges que desitgen fer-se piercings i tatuatges, però no tenen informació per saber elegir, comparar i fer-se'l amb seguretat i responsabilitat.

Els participants en el joc han d'interpretar el paper d'un jove que vol tatuar-se o posar-se un piercing, al qual han d'informar de manera responsable; per a això, hauran de passar per una sèrie de proves relacionades amb el joc del golf, informant-se durant el recorregut dels possibles riscos i inconvenients (de fer-se un piercing o un tatuatge), per, finalment, obtenir una puntuació i prendre una decisió.

Aquest estand va tenir un enorme èxit i va ser molt visitat per infants i pares. En total, van participar en aquesta activitat més de 7.000 infants.

Centres d'Ensenyament Secundari que participen en «Da en la Diana por tu Seguridad»

Centre educatiu	Municipi	Centre Educatiu	Municipi
La Lectoral	La Laguna	San Andrés	Santa Cruz
Nuryssa	La Laguna	La Magrana	Orzola
Los Virelleros	Santa Cruz	Agustín de Bambercourt	Puerto de la Cruz
Chantel	Santa Cruz	Melquí Bernaldo	La Orotava
Beltrán de Huelva	Santa Cruz	Manuel Amador	Granadilla
Pedro Arana	La Laguna	Isabelita	Arco
San Martín	La Laguna	Santa Ana	Arco
Vera y Celaya	La Laguna	Arco	Granadilla
Demetrio	Santa Cruz	Mogilomas	Granadilla
Majica	La Laguna	Puerto Larga	Candelaria
José Anselmo	La Laguna	Los Cristianos	Arona
Pedro de Mendo	La Laguna	Las Galletas	Arona
Tecorote	Tecorote	Guia	Arona
Rodríguez Corzo	Santa Cruz	Ciudad Adajá	Araya
Marta Calvo	La Laguna	Arona	Guía de Isora
Antonio González	La Laguna	Tanama	Santiago del Teide
Osvaldo	La Laguna	Valle San Lorenzo	Arona
El La Laguna	La Laguna	Manuel Martín	Guía de Isora
Isabel la Católica	La Laguna	Luisa Martín	Arco
Los Ochoerros	Santa Cruz	Nicolás Estévez	Arco
Héctor, Gladis Gabriela	Santa Cruz	Agathe	Guimar
Bento Pérez Arana	Santa Cruz	San Juan	San Juan de la Rambla
San Andrés	La Laguna	San Marcos	Arco
Virto Guerra	La Laguna	Miguel de Cervantes	El Tanque
Manuel de Fátima	La Orotava	Eben Correo	Arco
San Nicolás	El Teide	Maria Pérez Trujillo	La Orotava
La Malinca	La Matanza	Los Peñayre	Los Peñayre
Santa Úrsula	Santa Úrsula	Vilalba Heredia	La Orotava
Chac Santa	Los Peñayre		



Els adolescents i el consum

L'Estatut del Consumidor, llei d'àmbit autonòmic a Catalunya, parla dels col·lectius especialment protegits. Dins d'aquests es troben els infants i els adolescents. Dels infants, explica a què han d'atendre els poders públics per protegir-ne adequadament els drets, però dels adolescents, res no diu. Per això seria bo de veure quines són les particularitats pròpies d'aquesta edat per poder arribar a elaborar un seguit de propostes que s'haurien de tenir en compte perquè aquest col·lectiu tingués una protecció, des del punt de vista del consum, més a la seva mida.

L'adolescència és un fenomen molt complex determinat en bona mida per la societat on es produeix. Durant aquesta etapa tenen lloc canvis molt profunds en els nois i les noies que es manifesten en tot allò que fan. Aquests canvis tenen dimensions físiques, psicològiques i socials.

A nivell físic l'adolescent se sentirà tant més a gust amb ell mateix i amb totes les transformacions que el seu cos està patint quan més li sembli que s'ajusta als estereotips socials. Per aconseguir sentir-se còmodes, els adolescents d'avui fan servir el consum de roba i complements. En la vessant psicològica destaquem que els adolescents deixen enrere el pensament infantil per adquirir un nou tipus de pensament que els possibilitarà el plantejament d'hipòtesis, els raonaments formals i el pensament abstracte. Respecte a la perspectiva social la relació dels adolescents amb qui els envolten també anirà canviant, i molt, a mesura que aquests s'allunyïn dels models que feien servir quan eren petits. El comportament dels adolescents com a consumidors cada cop és més actiu i està dotat d'una certa autonomia: tenen diners propis i criteris, també propis, per adquirir allò que volen. A les noves famílies, on a més de cobrir-se les necessitats bàsiques, també se

satisfan els desitjos materials, els adolescents tenen molt a dir sobre què comprar i influeixen de forma molt eficaç en les decisions familiars que tenen a veure amb el consum. Això els faulta per entendre la complexitat de les relacions socials: la funció dels partits polítics, la utilitat de les lleis, com es fan, com es respecten... i les relacions econòmiques: els preus dels productes no són una decisió aleatòria de qui els ven, sinó que depenen de diversos



factors, com, per exemple, del cost de producció.

Entendre els adolescents com a membres de la ciutadania implica dissenyar un seguit d'accions que afavoreixin el diàleg entre un marc legislatiu raonable, una acció educativa integrada al currículum i l'obertura d'espais de participació ciutadana efectiva.

Algunes de les accions que les administracions públiques poden portar a terme per afavorir el diàleg que proposem són:

>>> Donar suport a les entitats que promouen entre els adolescents un lleure alternatiu a l'activitat exclusivament consumista.

>>> Regular el contingut tant de la programació dels mitjans de comunicació com el de la publicitat adreçada als adolescents per tal d'impedir que aquest s'orienti únicament a captar la seva atenció per desencadenar, posteriorment, el consum dels béns o serveis que hi apareixen. Així mateix s'hi hauria d'evitar el sexisme i els missatges que incitin a la violència o a la comissió d'actes delictuosos.

>>> Fer campanyes informatives sobre la necessitat d'una alimentació equilibrada durant aquesta edat i al llarg de tota la vida. Vetllar especialment perquè els missatges publicitaris sobre productes dietètics no induïxin a error a causa d'una informació falsa, tendenciosa o insuficient.

>>> Regular l'aparició d'adolescents en la publicitat i en l'emissió de missatges comercials adreçats exclusivament a aquest grup d'edat.

>>> Fer campanyes informatives perquè els adolescents copsin el perill que, per a la seva salut, suposa el consum de substàncies addictives.

>>> Promoure entre els adolescents hàbits, perquè esdevinguin consumidors responsables.

Des de l'Escola del Consum de Catalunya treballem en el disseny d'activitats que integrin les propostes anteriors en la formació d'alumnat d'ESO com a un element significatiu en la consideració dels adolescents com col·lectiu de consumidors especialment protegit.

Begonya Valverde
Institut Català del Consum

El repte d'integrar les emocions en l'educació del consum



Veig l'anunci d'un cotxe a la televisió i tinc la sensació que o bé és surrealista o bé jo no l'entenc. El producte anunciat és un cotxe però jo no el veig per enlloc. Gent que corre per tot arreu, zooms a màxima velocitat, sensació de vertigen però res de les característiques del cotxe. Estic a la parada de l'autobús i miro amb curiositat un pòster amb una imatge entre suggeridora, provocativa i estimuladora de preguntes. Després de molt pensar, un noi li diu a un amic: «li regalaré aquesta colònia a la meva xicota» Bé, sembla que s'anuncia un perfum però podria ser roba interior, un producte per aprimar-se o vés a saber què.

Segur que en alguna ocasió hem tingut les sensacions que es mostraven en els exemples anteriors. És una evidència que els actes de consum van més enllà de la reflexió racional i una mostra clara n'és la publicitat. Multitud d'autors han investigat les motivacions que ens porten a consumir i una conclusió compartida és que consumim per cobrir alguna cosa més que les necessitats primàries. Consumim felicitat, pau, compensació davant d'una frustració, seguretat, amor... en definitiva les emocions tenen un paper fonamental en els actes de consum. Consumir no és només una forma de fer i pensar, també és una forma de sentir.

Fa molt de temps que des de la publicitat s'ha entès aquest fet. En els diferents missatges publicitaris es posen en contacte emocions, motivacions i reflexions de caire econòmic que, sovint, queden en un segon pla. Només cal observar com la informació sobre un

producte o servei es posa en mig d'una història, una banda sonora o un context que arriben a deixar la part tangible del producte en un segon pla a favor de la part emocional.

Des de l'Escola del Consum de Catalunya pensem que un model d'Educació del Consum que vulgui capacitar la ciutadania per situar-se amb criteri davant dels actes de consum no pot obviar el fenomen que exposem. Creiem que educar el consum ha d'afavorir que l'alumnat entengui els actes de consum des d'una perspectiva global on dialoguen de forma no reduccionista la perspectiva legal, l'ambiental, la social, la individual i també l'emocional.

Des d'aquest punt de vista pretenem que les activitats que oferta l'escola contemplin el disseny de textos que afavoreixin que l'alumnat aprofundeixi en el coneixement d'ell mateix i a la vegada conegui els mecanismes que tenen els altres per explorar i arribar a les seves emocions. Algunes eines sobre les que estem treballant són la música, la poesia, la dansa i el disseny gràfic.

La creació artística en general ens sembla una eina adequada per explorar la vessant emocional dels individus. Aspectes com la sensibilitat, la creativitat, i la imaginació són punts de partida rellevants per investigar el camp de les emocions.

En aquest moment treballen aquesta vessant del consum a la presentació de l'escola, al comiat i al

taller de publicitat. En referència a la presentació, estem explorant en el disseny d'un espai temporal en què l'alumnat entengui l'escola com un lloc de reflexió, a partir d'una xerrada, i de descoberta de sensacions, a partir d'una cançó.

A l'espai del comiat pensem proposar als participants que escriguin un eslogan per a l'escola, on, de forma molt curta, facin una síntesi de tot el que han descobert en la seva visita. Pretenem afavorir que discriminin entre l'activitat realitzada, el missatge que es vol donar i el llenguatge com a eina per elaborar l'eslogan, i ho integrin de forma equilibrada.

Al taller de publicitat treballem la descodificació del missatge publicitari. Proposem a l'alumnat la valoració dels diferents elements que entren en lloc en qualsevol missatge i la descoberta de com s'integren de forma coherent dins de l'impacte publicitari. En definitiva volem afavorir que aprenguin a llegir publicitat.

La introducció de la vessant emocional a l'escola està constituint un repte suggeridor. En aquest moment veiem que és una exigència en la formació de consumidors i que les diferents eines s'han d'adequar al tipus d'alumnat i al tipus d'activitats que podem realitzar en el nostre context. Tot i així, veiem la necessitat d'afrontar el repte des del rigor de la reflexió i amb el component d'incertesa que va associat a qualsevol innovació.

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



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

Cantàbria

Organisme: Dirección General Salud
Pública, Alimentación y Consumo de la
Comunidad de Madrid

Adreça: C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º
28002 Madrid

Telèfon: 91 5803219 **Fax:** 91 4205826

A/e: susana.gil@madrid.org

Persona de contacte: Susana Gil

Madrid**Astúries**

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

Aragó

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 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:

Mª José López Ródenas

**Comunitat
Valenciana**

Organisme: Dirección General de
Salud Pública y Consumo de
la Junta de Castilla y León

Adreça: Paseo Zorrilla, 1,
47007 Valladolid

Telèfon: 983 413196 **Fax:** 983 412351

A/e: heralvca@jcyll.es

Persona de contacte:

Carmen Herrero Álvarez

Castella i Lleó**Galícia**

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

La Rioja

Organisme: 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:

Mª José Gómez de Segura

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

Castella - La Manxa**País Basc**

Organisme: Dirección de Consumo del
Gobierno Vasco

Adreça: C/ Donostia nº 1,
01010 Vitoria

Telèfon: 945 019924 **Fax:** 945 019947

A/e: A-MtzGuer@ej-gv.es

Persona de contacte:

Arrate Martínez de Guereñu

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

Canàries

Organisme: Dirección General de Consumo
y Salud Pública Comunitaria de
la Junta de Extremadura

Adreça: C/ Juan Pablo Forner, 9
06800 Mérida (Badajoz)

Telèfon: 924 008525 **Fax:** 924 008521

A/e: josemaria.iglesias@sc.juntaex.es

Persona de contacte:

José María Iglesias Sánchez

Extremadura**Catalunya**

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





Memòria Certamen Europeu del Jove Consumidor 2002-2003

Durant els darrers quatre cursos, l'Escola Europea de Consumidors ha coordinat el Certamen Europeu del Jove Consumidor, una iniciativa de la Comissió Europea. Tant la comissió nacional de coordinació com les diverses Comunitats Autònomes han desenvolupat un treball excel·lent que volem agrair des d'aquestes pàgines. La Memòria 2002-2003 ha estat editada gràcies al suport financer de l'Oficina del

Parlament Europeu a Espanya i ha estat remesa a les Comunitats Autònomes perquè la facin arribar als centres escolars.

Dia Mundial del Consumidor 2004

Amb motiu del Dia Mundial del Consumidor, la Generalitat Valenciana ha convocat la XIII edició del Concurs de Fotografia sobre Consum. Com altres anys, el concurs ofereix dues modalitats de participació: tema lliure relacionat amb el consum, i tema tancat, que en aquesta ocasió ha estat: «El consumidor davant les noves tecnologies». S'han rebut més de 150 fotografies, entre les quals s'adjudicaran els tres premis per a cada categoria. Aquesta activitat, que es realitza des de fa 13 anys, troba una resposta important dels consumidors i consumidores de la nostra Comunitat.



I Trobada de Centres de Formació de Consum

Durant els dies 25, 26 i 27 de febrer ha tingut lloc a Vitòria-Gasteiz la I Trobada de Centres de Formació de Consum. L'objectiu d'aquesta trobada ha estat crear un forum d'opinió i debat entre els diferents professionals que treballen en la formació sobre consum, com també intercanviar experiències d'educació i formació.

Un total de 64 tècnics de formació s'ha donat cita en aquest primer encontre, en què s'ha destacat el paper fonamental de l'educació i la formació com a suport necessari per desenvolupar actituds conscients davant el consum. Com a conclusió de la trobada, els assistents han manifestat la necessitat i la importància de desenvolupar i fomentar una coordinació entre tots els centres que afavoreixi la possibilitat de compartir els materials i les experiències.



