

ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA

Guia docent per a Educació Primària

2014-2015

ÍNDIX

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 DE CICLE INICIAL	12
VEIG, VEIG... DE QUIN COLOR ÉS?	12
NYAM, NYAM... QUÈ HI HA PER BERENAR?.....	14
5.2. DESCRIPCIÓ DELS TALLERS DE CICLE MITJÀ.....	16
EM FAIG GRAN?	16
A QUÈ JUGUEM?.....	18
5.3. DESCRIPCIÓ DELS TALLERS DE CICLE SUPERIOR	20
QUÈ FEM AQUESTA TARDA?	20
EM COMPRES UN SOMRIURE?	22
6. BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	24

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 disposa de dos àmbits de funcionament paral·lel i complementari: una Seu Central fixa situada a la ciutat de Barcelona i una Seu Territorial que es desplaça per Catalunya.

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 tan 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 tal d'assolir els objectius anteriors, l'ECC s'estructura com a Centre d'Estudis de l'Educació del Consum, on es realitzen de forma simultània l'activitat docent, 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 estudiants i professionals del món educatiu, xerrades formatives sobre educació del consum a associacions de mares i pares d'alumnes (AMPA) 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, espai en què la investigació enriqueix l'acció educativa diària a través de la innovació constant. Esdevé, doncs, un plantejament en contínua evolució que vol 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 introdueix alguns dels següents llenguatges: el poètic, el visual, el musical, el científic, el matemàtic, el narratiu... Es busca estimular en l'alumnat l'ús simultani de diversitat de llenguatges per representar les seves vivències entorn del consum, amb la finalitat de construir missatges que recullin diversitat de perspectives i vagin adreçats 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 la qual disposa i la reflexió realitzada. El material estimula l'intercanvi de punts de vista entre l'alumnat, l'accés a diversitat d'informació, 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, 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

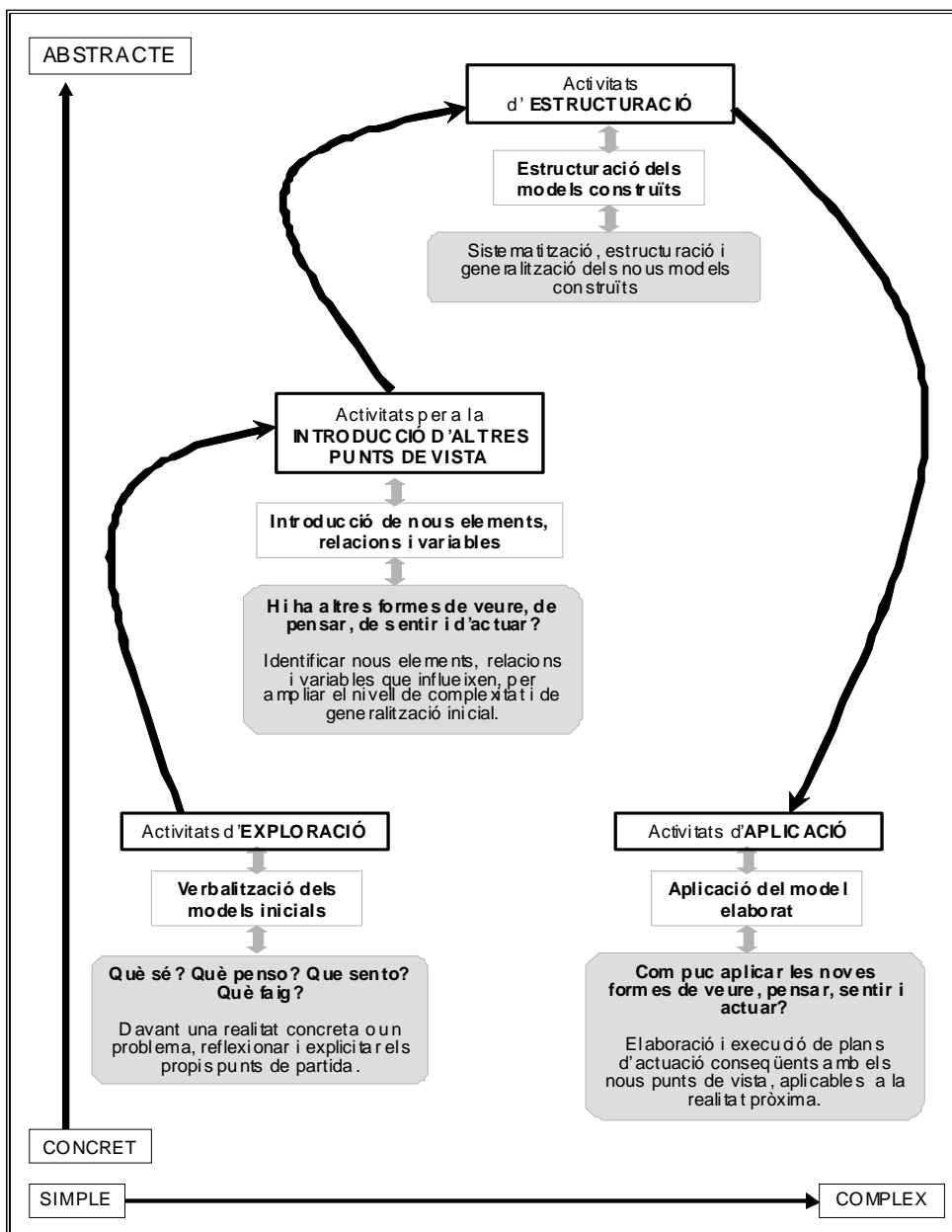
l'alumnat, fent-lo conscient de les regles que orienten la participació cívica dins les societats democràtiques i estimulant la seva intervenció sobre el medi.

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 de diversitat de disciplines curriculars amb l'objectiu d'utilitzar els seus models explicatius per afavorir la comprensió dels actes de consum. Cada proposta didàctica presenta continguts de diversitat d'àrees curriculars que estimulen la reflexió en cada àrea i estableixin 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 (companyes, equip docent, especialistes, fonts d'informació diverses...) i el coneixement derivat de la diversitat de disciplines curriculars. Per a 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'ajustament 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 diversitat de llenguatges per explicitar les representacions construïdes; i, possibiliten 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 coninua*, 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 és capaç de fer-se preguntes que l'ajudin a prendre 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 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 membre 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

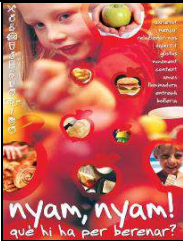
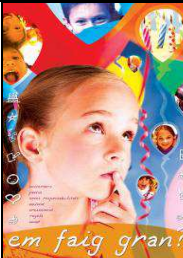
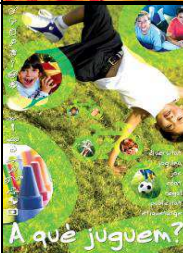

Per als centres d'**Educació Primària**, s'ofereixen dos tallers per a cada cicle de primària, en els quals s'aborda el fenomen del consum des de diferents perspectives. Per a realitzar els tallers, un equip de dos educadors es desplaça al centre educatiu.

Els tallers tenen una durada aproximada d'una hora i mitja, de manera que es poden realitzar dos tallers en un matí .

Per a cada cicle educatiu s'ha plantejat un eix temàtic que estructura i relaciona l'educació del consum amb l'àmbit escolar. Aquests eixos temàtics s'han escollit tenint en compte, d'una banda, els mestres, atès que treballen continguts curriculars; de l'altra, l'alumnat, ja que plantegen temàtiques significatives i motivadores segons l'edat, i també, finalment, la societat, ja que tracten aspectes relacionats amb la formació per la ciutadania.

Els eixos temàtics de cada cicle s'acompanyen també d'un eix artístic per tal de crear escenaris estimulants per a l'alumnat en què es relacionin diversitat de llenguatges i de formes d'expressió, comunicació i representació. Per tal de potenciar la diversitat i riquesa de llenguatges, els eixos artístics són específics de cada taller. A la pàgina següent es mostra una taula on es presenten els eixos temàtics de consum i els eixos artístics per a cada cicle i taller.

La dinàmica general dels tallers parteix sempre d'una escenificació teatral. A partir d'aquest escenari es planteja una situació que l'alumnat haurà de resoldre al llarg del taller.

Cicle educatiu	Eix temàtic de consum	Nom dels tallers	Continguts dels tallers	Eix artístic	
Cicle inicial	Les botigues		<i>Veig, veig ... de quin color és?</i>	Diversitat de botigues i productes	Plàstica i colors
			<i>Nyam, nyam.. què hi ha per berenar?</i>	El procés de compra.	Expressió corporal
Cicle mitjà	Els recursos materials		<i>Em faig gran?</i>	Responsabilitats en l'adquisició i gestió dels recursos (béns, serveis i recursos econòmics)	La publicitat
			<i>A què juguem?</i>	Responsabilitats en l'ús i adquisició dels recursos (jocs i joguines)	Disseny (packaging)
Cicle superior	El consum		<i>Què fem aquesta tarda?</i>	Drets i deures de la persona consumidora en l'ús dels serveis	La pintura
			<i>Em compres un somriure?</i>	El consum segons criteris legals, socials i emocionals	La poesia visual

Com es detalla a l'anterior graella per a cada cicle es proposen dos tallers. Tot i que ambdós treballen continguts adients per a cada cicle bé, des de l'Escola del Consum de Catalunya es proposa un **itinerari recomanat**. Aquest es basa en les valoracions qualitatives i quantitatives realitzades de l'activitat de l'Escola del consum de Catalunya i de les valoracions realitzades pels docents dels centres d'Educació Primària. Pretén orientar la tria dels tallers més adients per a cada curs des d'un posicionament didàctic. Posant l'atenció en el fenomen a treballar, les dinàmiques a realitzar i els continguts a desenvolupar. L'itinerari recomanat es detalla a la següent graella

Cicle educatiu	Curs	Nom dels taller recomanat
Cicle inicial	1 r	Veig, veig... de quin color és?
	2 n	Nyam, nyam... què hi ha per berenar?
Cicle mitjà	3 r	Em faig gran?
	4 t	A què juguem?
Cicle superior	5 è	Què fem aquesta tarda?
	6 è	Em compres un somriure?

5.1. DESCRIPCIÓ DELS TALLERS DE CICLE INICIAL

VEIG, VEIG... DE QUIN COLOR ÉS?



Per què les farmàcies són tant blanques? Com ens sentiríem en una botiga de joguines fosca? Una peixateria és freda o càlida?

El nostre entorn és ple de colors i sensacions. Passejant pel carrer, podem veure una gran diversitat de botigues amb colors diferents. A partir dels colors de les botigues es pretén reflexionar entorn de la diversitat d'establiments de compra i dels productes que ofereixen. Els colors esdevenen en aquest taller un escenari per a treballar, també, les sensacions i les emocions que ens influeixen a l'hora de consumir.

Competències

- Ser capaç d'identificar les sensacions i les emocions que desperta cada botiga per tal d'adquirir criteris que permetin consumir d'una manera més conscient, reflexiva i crítica.
- Reconèixer les característiques de les botigues i dels productes que s'hi venen per tal d'aprendre a consumir de manera autònoma.
- Utilitzar diferents llenguatges visuals (com els colors) per a expressar emocions o sentiments.
- Identificar les percepcions comunes i divergents que desperta un determinat impacte (un anunci, un producte, un color...) per tal de valorar positivament la diversitat de formes de pensar, de sentir i d'actuar.

Continguts estructurants

- Diversitat de colors i de sensacions que desperten els establiments del barri.
- Consum de béns i serveis tenint en compte les influències de l'entorn.
- Característiques de les botigues com a establiments i la seva especialització segons els productes.
- Diferències i coincidències en la manera de pensar, de sentir i d'actuar respecte d'una mateixa botiga segons cada individu.

Continguts curriculars



Continguts	
Coneixement del medi natural, social i cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Exploració d'algun aspecte de l'entorn a partir de les botigues del barri, mitjançant el treball cooperatiu. • Comunicació oral de les observacions realitzades a les botigues i als productes utilitzant diferents llenguatges (els colors, les emocions...) • Observació, descripció i classificació de productes i serveis en funció d'algunes propietats tot relacionant-les amb els establiments a on es venen.
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • Participació activa en interaccions amb el grup o mestre en qualsevol situació comunicativa de l'aula, tant les referides a gestió, organització, discussió dels problemes que sorgeixen en el dia a dia, explicació de vivències personals, com les derivades de situacions d'ensenyament-aprenentatge, amb respecte per les normes que regeixen la interacció oral (torns de paraula, to de veu, ritme). • Comprensió de tot tipus de missatges orals en diferents contextos i en qualsevol dels escenaris possibles: activitats d'aula, situacions d'aprenentatge en qualsevol àrea i en la vida quotidiana. • Interès i respecte per les intervencions dels altres. • Comprensió a partir d'audicions i comentaris posteriors conjunts de literatura de tradició oral com ara els contes.
Educació artística	<ul style="list-style-type: none"> • Observació, i exploració sensorial dels elements presents en l'entorn quotidià, les botigues del seu barri, experimentant les sensacions i emocions que provoquen. • Discriminació de colors segons l'impacte visual en relació amb les emocions i les botigues. • Expressió oral d'idees, emocions i experiències, que desvetllen les manifestacions artístiques i culturals per promoure la comprensió crítica en relació amb l'ús dels colors dels establiments. • Ús progressiu dels materials, d'imatges i d'objectes diversos de l'entorn en les produccions pròpies i col·lectives: materials plàstics.

Descripció del taller

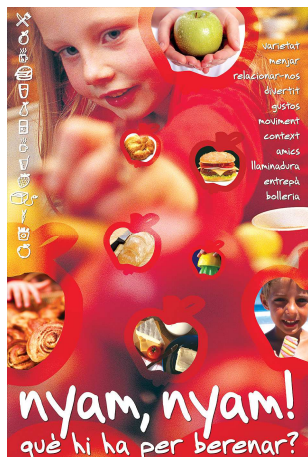
La Cric és un personatge que ve d'un altre món on tot és blanc, negre i gris. Guiada per un arc de Sant Martí màgic, ha arribat al nostre barri i s'ha atabalat molt al veure la quantitat de colors diferents que existeixen i que ella no coneix. La podríeu ajudar perquè conegui els colors i pugui pintar el seu barri?

A partir de la història escenificada de la Cric, es proposa als infants un taller que té com a finalitat posar color al seu barri tenint en compte dues coses: en primer lloc, els tipus d'establiments que hi ha i els productes que s'hi venen; i, en segon lloc, les sensacions associades al consum.

Per començar es planteja una activitat en la qual l'alumnat identifica els tipus de botigues que hi ha al barri, els productes que s'hi venen i els colors que acostumen a dominar-hi. Seguidament, s'exploren les sensacions que pot transmetre cada color (fred, alegria, por, serietat...) i es relacionen amb les botigues. Les activitats pretenen donar eines a l'alumnat perquè reflexioni de quina manera la decoració de les botigues i els colors que hi dominen donen informació a les persones consumidores, i alhora s'analitzen els colors i les emocions que desperten ja que són elements a considerar en el procés de compra.

Finalment, l'alumnat dissenya el seu propi establiment tenint en compte el tipus botiga, el producte de venda, els colors i les sensacions.

NYAM, NYAM... QUÈ HI HA PER BERENAR?



Què hi ha avui per berenar? Puc berenar sempre pa amb xocolata? Un bocí de pastís és un bon berenar? Nyam, nyam... a quin ritme es mou el meu berenar?

La tarda va de la mà del berenar. Berenem cada dia sense reflexionar massa que en un tros d'entrepà, en una peça de fruita o en la brioixeria hi intervenen molts elements. El taller planteja el berenar com una necessitat d'alimentació biològica i per tant de salut. Però també ens fa saber que el berenar esdevé un acte social, en el qual les emocions i els gustos hi tenen molta rellevància.

El taller proposa reflexionar sobre el moment de comprar el berenar, els criteris de tria i els processos i actituds pròpies de l'acció de comprar.

Competències

- Ser capaç d'identificar i conèixer els elements significatius del procés de compra i la gestió dels diners per tal de consumir d'una manera autònoma.
- Utilitzar el llenguatge corporal i oral per a comunicar i expressar formes de sentir i pensar.
- Analitzar el berenar des de diversitat de perspectives, entenent-lo com un producte, per consumir de manera responsable i que s'ajusti a les necessitats pròpies.
- Ser capaç d'identificar les emocions relacionades amb els aliments per tal d'adquirir criteris que permetin consumir de manera més conscient, reflexiva i crítica.

Continguts estructurants

- Procés de compra: planificació, actituds i hàbits, tiquet i canvi.
- Diversitat de berenars i la seva relació amb la salut, la societat i els gustos personals.
- Oferta de productes per a berenar i gestió dels diners.
- Formes de comunicació oral i corporal a l'hora de relacionar-nos amb les persones.

Continguts curriculars



Continguts	
matemàtiques	<ul style="list-style-type: none"> • Reconeixement dels nombres en situacions quotidianes. Ús del sistema monetari en contextos reals, com en la compra d'un berenar. L'euro. • Realització d'experiments en situacions i jocs on intervinguin factors d'atzar mitjançant la realització d'experiments amb materials (extracció de fitxes de colors d'una bossa...)
Educació física	<ul style="list-style-type: none"> • Exploració i descobriment de les possibilitats expressives del cos i del moviment a l'hora de comunicar-se. • Participació en situacions que suposin comunicació corporal amb valoració i reconeixement de les diferències en la manera d'expressar-se per a poder demanar un berenar. • Experimentació dels diferents rols en la simulació de la compra d'un berenar actuant amb comprensió i compliment de les normes d'un acte de compra.
Coneixement del medi natural, social i cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Identificació de la nutrició, centrant-se en el moment del berenar, en relació amb el creixement, recanvi i manteniment de la vida. • Reconeixement dels diferents tipus d'aliments. Valoració d'una alimentació sana i variada.
Llengua	<ul style="list-style-type: none"> • Participació activa en interaccions amb el grup o mestre quant a l'explicació de vivències personals, com les derivades de situacions d'ensenyament-aprenentatge, amb respecte per les normes que regeixen la interacció oral (torns de paraula, to de veu, ritme). • Comprensió de tot tipus de missatges orals en diferents contextos i en qualsevol dels escenaris possibles: activitats d'aula, situacions d'aprenentatge en qualsevol àrea i en la vida quotidiana. • Interès i respecte per les intervencions dels altres.

Descripció del taller

En Menjamí Bon Profit és un home amb ganes de treballar i guanyar diners. Per aquest motiu ha decidit obrir una botiga nova al nostre barri. Aquesta botiga és molt característica, ja que es dedica a vendre berenars. L'educador de l'ECC que ve a fer el taller és un bon client de la botiga de berenars. Els dos personatges us conviden a entrar a la botiga i tastar-ne els berenars deliciosos. Segurament, en sentir les olors de menjar direu: Nyam, nyam... què hi ha per berenar?.

Els dos personatges creen un escenari en què, a partir del llenguatge corporal i la sorpresa, conviden l'alumnat a reflexionar sobre el berenar i el procés de compra, que duu implícit.

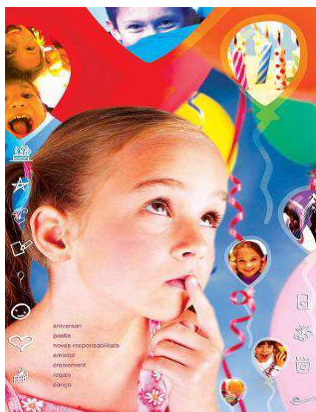
A partir de la teatralització es proposa a l'alumnat que planifiqui el procés de compra, els hàbits i les actituds que cal tenir presents quan es compra alguna cosa i també la relació amb els diners.

Tot seguit, a partir d'activitats organitzades per petits grups i de la manipulació d'objectes i imatges visuals, l'alumnat treballa les característiques del berenar: la necessitat que en té cada persona, els seus gustos i també el context (la sortida de l'escola, després de fer activitat esportiva, una festa d'aniversari, etc.). Les activitats també relacionen el berenar amb la funció de nutrició dels éssers vius.

Finalment, a partir d'una carta de berenars, l'alumnat tria el seu i en fa la comanda al Menjamí Bon Profit. Ell és qui els ensenyarà, també, a demanar el berenar i la importància que tenen el tiquet de compra i el canvi en tot el procés. L'alumnat podrà representar l'acte de compra relacionant els continguts apresos amb moviments corporals.

5.2. DESCRIPCIÓ DELS TALLERS DE CICLE MITJÀ

EM FAIG GRAN?



*Com sé que em faig gran? Com celebro que em faig gran?
Què és una festa d'aniversari?*

El dia de l'aniversari és un dia especial. Tothom et felicita, compres un pastís, en bufes les espelmes i et fan regals. És un dia en què tant el consum com el pas del temps hi són presents.

A partir de l'organització d'una festa d'aniversari, es reflexiona sobre els canvis socials i personals que s'esdevenen a mesura que ens fem grans. Alhora, es donen eines a l'alumnat perquè valori els elements que entrenen en joc en una festa d'aniversari.

Competències

- Reconèixer el propi creixement en tots els seus àmbits (físic, psíquic, emocional, social, ...) per tal d'identificar noves responsabilitats que poden reflectir-se en els actes de consum.
- Identificar les tasques derivades de l'organització de les festes d'aniversari per tal de poder assumir progressivament més responsabilitats en la seva organització.
- Conèixer i valorar positivament la diversitat de formes de celebrar l'aniversari per tal d'ampliar el ventall d'opcions a l'hora d'escollir i configurar la identitat de la festa.
- Ser conscient de la despesa econòmica que va associada a la celebració de les festes d'aniversari per tal de prendre decisions considerant el pressupost familiar.

Continguts estructurants

- Les responsabilitats que s'adquireixen amb l'edat associades a l'organització d'una festa.
- L'oferta dels productes i serveis per a la festa d'aniversari.
- La diversitat en els elements que confereixen identitat a una festa d'aniversari.
- Les coincidències i diferències entre la diversitat d'individus en la celebració d'una festa d'aniversari.
- La gestió del pressupost en l'organització d'una festa d'aniversari.

Continguts curriculars

Continguts	
Matemàtiques	<ul style="list-style-type: none"> • Càlcul amb monedes: euros i cèntims. • Resolució de problemes on intervinguin factors d'atzar.
Coneixement del medi natural, social i cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Reconeixement dels canvis físics i personals en les diferents etapes de la vida prenent com a punt de partida el dia de l'aniversari. • Identificació de les relacions interpersonals dins la comunitat o grup. Coneixement i utilització dels mecanismes de la participació activa, la cooperació i el diàleg en la construcció de tasques comunes per organitzar una festa d'aniversari. • Valoració de la diversitat social, cultural i de gènere i respecte per les diferències dins de l'organització d'una festa d'aniversari. •
Àmbit llengües	<ul style="list-style-type: none"> • Exposició de temes de manera ordenada i comprensible. Participació activa en els diàlegs o debats, aportant i defensant idees pròpies i defensant o contradient, si cal, les dels altres, amb arguments raonats referents a l'experiència amb les festes d'aniversari. • Interès, respecte i audició reflexiva davant les intervencions dels altres. • Expressió d'idees de forma sintètica a través d'un esquema o imatge a l'hora d'identificar una festa d'aniversari.

Descripció del taller

*La Tina Constantina és una dona molt estrambòtica que es dedica a organitzar festes. Treballa a l'empresa **BBC+A** i ara l'han fet responsable de la nova secció de festes i aniversaris i no sap com fer-ho.. Ha d'organitzar 6 festes per la setmana que ve i el seu cap li ha dit que si no aconsegueix sorprendre als nens amb festes originals i diferents, l'acomiaran. La Tina no sap pas com fer-s'ho i demana ajut a l'alumnat.*

Amb el pretext d'organitzar una festa d'aniversari, es desenvolupa un taller per a reflexionar des de diferents punts de vista sobre les implicacions que comporta el fet de fer-se gran. Es reflexiona sobre els canvis físics, psicològics i socials que tenen lloc a mesura que passen els anys i que les persones creixen. També es valoren diferents maneres de celebrar un aniversari i s'identifica aquest fet amb un acte de consum. Finalment, es proposa organitzar una festa d'aniversari tenint en compte els elements socials (convidats, gustos de les persones), els econòmics (preu dels productes i serveis i disponibilitat de diners) i els culturals (pastís, menjar, jocs...) que intervenen en una celebració.

A QUÈ JUGUEM?



Necessito joguines per jugar? A quants jocs puc jugar amb una pilota? Com utilizo la joguina? Què em diu la meva joguina?

Jugant ens divertim, ens relacionem, ens solidaritzem, fem estratègies, ens endinsem en mons imaginaris, descobrim nous horitzons... El joc i la joguina esdevenen, sobretot a la infància, elements quotidians i diversos, que ens relacionen amb altres persones i amb l'entorn.

El taller pren com a eix les joguines per reflexionar entorn de la diversitat, el seu valor social i per conèixer tota la informació que ens dóna el seu etiquetatge. Al mateix temps, es donen eines a l'alumnat per entendre que jugar implica prendre decisions entorn de l'adquisició i l'ús de les joguines.

Competències

- Identificar la naturalesa dels objectes amb els quals es juga per tal de prendre consciència de la diferència entre joc i joguina.
- Analitzar opcions d'etiquetatge i de legislació a l'hora d'adquirir i utilitzar les joguines per tal de consumir de forma responsable.
- Reconèixer la diversitat d'oferta de joguines i el seu ús a l'hora de jugar per tal de valorar positivament la diversitat de maneres de fer i consumir.
- Ser capaços d'identificar les emocions i les sensacions del joc i la joguina per tal d'adquirir criteris que permetin consumir de manera més conscient, reflexiva i crítica.

Continguts estructurants

- La identitat del joc i la joguina com a formes de relació amb un mateix i amb altres persones.
- L'oferta de joguines i la seva relació amb la informació, la publicitat, el valor social i els gustos personals.
- L'ús de les joguines segons criteris de joc i normativa i etiquetatge de les joguines.
- Diversitat de jocs i joguines com un valor cultural i d'aprenentatge.
- El llenguatge oral, l'escrit i el visual com a vehicle de comunicació.

Continguts curriculars

Continguts	
Coneixement del medi natural, social i cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Expressió de sensacions i emocions personals, així com respecte davant de les dels altres. • Valoració de la diversitat social, cultural i de gènere i respecte per les diferències, a l'hora d'escollir un joc o una joguina. • Desenvolupament d'actituds de consum responsable, per poder-los aplicar en el moment d'adquirir un joc o una joguina. • Formulació de preguntes sobre propietats dels materials i disseny i etiquetatge d'un joc o d'una joguina.
Àmbit llengües	<ul style="list-style-type: none"> • Exposició de temes de manera ordenada i comprensible. Participació activa en els diàlegs o debats, aportant i defensant idees pròpies i defensant o contradient, si cal, les dels altres amb arguments raonats referents a la seva experiència amb els jocs i les joguines. • Ús d'un llenguatge no discriminatori i que respecti les diferències de gènere. • Interès, respecte i audició reflexiva davant les intervencions dels altres. • Lectura, comprensió i anàlisi guiada d'informacions referents de l'etiquetatge dels jocs i les joguines. • Interès pels textos escrits com a font d'informació i d'aprenentatge i com a mitjà de comunicació, d'aprenentatges i experiències relacionades amb l'etiquetatge dels productes i serveis lúdics.

Descripció del taller

Una inventora de joguines arriba a la classe explicant el seu últim invent, els alumnes, però de seguida li faran veure que no és molt bona idea.... després d'acceptar-ho, la inventora demana ajut als alumnes per tenir més idees a l'hora d'inventar joguines.

A partir de la pregunta "A què juguem?" s'explora en la diferència entre joc i joguina. Seguidament es treballa la joguina des de dues perspectives complementàries: D'una banda, es treballen els motius pels quals escollim unes joguines o altres (la publicitat, els companys, els gustos, la disponibilitat de diners...) i l'altra, la informació de l'etiquetatge de les joguines i la seva utilitat a l'hora d'escollir les joguines.

Finalment, tenint en compte tots els aspectes treballats i les opinions i experiències pròpies, l'alumnat haurà d'inventar una joguina nova i original per donar idees a la inventora de cara a crear la seva propera col·lecció de joguines.

5.3. DESCRIPCIÓ DELS TALLERS DE CICLE SUPERIOR

QUÈ FEM AQUESTA TARDA?



Com passem la tarda? On anem? Cinema, berenar, parc d'atraccions...? Tinc prou diners? Què necessito?

Durant el temps d'oci prenem un seguit de decisions que impliquen actes de consum. Aquest taller se centra en la gestió de l'oci, tot relacionant-lo tant amb aspectes externs (els equipaments, els amics, la família...) com amb les individualitats de cadascú (els gustos, els drets i els deures, les limitacions personals...). Alhora, el taller fa reflexionar sobre l'ús de serveis durant el temps d'oci i sobre les responsabilitats i els drets com a persones consumidores.

Competències

- Valorar diferents aspectes que entren en joc a l'hora de gestionar el temps lliure per tal de fer-ho de manera responsable i conseqüent.
- Ser capaç d'escollir de manera reflexiva i crítica entre l'oferta de serveis que ofereix l'entorn a l'hora de passar una tarda, per tal de consumir de manera autònoma.
- Reconèixer que les accions que es fan durant el temps lliure poden tenir conseqüències en la família, en el grup d'amics o en l'entorn més proper, per tal que l'alumnat s'identifiqui com un agent actiu de la societat, amb drets i deures com a persona consumidora.
- Identificar les diverses possibilitats que ofereix l'entorn per a passar el temps lliure, per tal de valorar positivament les diverses maneres que hi ha de pensar, sentir i actuar.

Continguts estructurants

- El consum de serveis durant el temps lliure, tenint en compte tant les possibilitats i les limitacions com els drets i deures com a persones consumidores.
- L'oferta d'activitats de lleure que ofereix l'entorn, valorant-ne les possibilitats i les limitacions tant personals com col·lectives.
- La gestió del temps d'oci a partir de criteris econòmics, socials, materials, publicitaris i legals.
- Les diverses maneres de gestionar el temps lliure.

Continguts curriculars

Continguts	
Educació per la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolupament de les capacitats emocionals i cognitives de presa de decisions, valorant la dignitat, la llibertat i la responsabilitat, així com el desenvolupament de l'autonomia personal. Identificació de drets i deures dels consumidors, que regulen l'ús dels béns i serveis, aplicant conductes de responsabilitat i preservació en el seu ús.
Coneixement del medi natural, social i cultural	<ul style="list-style-type: none"> Expressió raonada de les valoracions pròpies i contrast amb les valoracions dels altres sobre decisions que afavoreixen un comportament responsable en relació amb l'ús de serveis públics i privats. Aproximació al coneixement de l'Agència Catalana del Consum, valorant el paper de l'administració en la resolució de conflictes derivats dels drets i deures com a consumidors en serveis públics i privats.
Educació artística	<ul style="list-style-type: none"> Discriminació de colors, formes, línies, contorns, grandària, establiment de relacions entre les qualitats perceptibles i el que pretenen les imatges i els objectes (informar, fer pensar, convèncer, persuadir). Identificació i aplicació de les possibilitats de comunicació que poden suggerir la utilització d'estructures geomètriques per comunicar de forma visual, coneixement, pensament, emocions i experiències. Incorporació i utilització progressiva de les terminologies pròpies dels llenguatges artístics: dibuix abstracte amb figures geomètriques. Interès per conèixer i valorar el fet artístic propi i dels altres.
Àmbit llengües	<ul style="list-style-type: none"> Capacitat crítica per comprendre allò que s'ha escoltat i fer-se preguntes a partir dels continguts exposats. Interès, atenció i respecte per les intervencions dels altres. Expressió d'idees de forma sintètica a través d'una composició geomètrica.

Descripció del taller

L'educadora es presenta a l'aula i explica que per fer el taller ha vingut acompanyada d'una pintora a la qual l'ECC ha encarregat un quadre que representi gràficament el temps lliure dels nois i noies de deu a dotze anys. La pintora explica que ja ha fet un munt de quadres i que cap d'ells ha agradat als educadors de l'ECC....

A partir d'una escenificació teatral, es mostra a l'alumnat que fer activitats de tarda comporta generalment l'ús de serveis i equipaments i que, pel fet de fer servir aquests serveis públics o privats, tenim responsabilitats com a persones consumidores i com a ciutadans i ciutadanes. El taller s'inicia amb una cançó que permet reflectir la diversitat de formes de consum que hi ha i les diferents maneres de passar una tarda. A partir d'aquesta s'inicia un debat centrat en els elements que ells creuen que són necessaris per a passar una tarda de dissabte.

Tot seguit han d'organitzar una tarda considerant la varietat de serveis (cinema, parc d'atraccions...), els diners, el temps, les persones, el material específic, el transport, les responsabilitats, i els possibles imprevistos que puguin sorgir. La idea bàsica és fer reflexionar l'alumnat sobre les possibles maneres de gestionar el temps lliure i fer-los entendre que això comporta considerar totes les possibilitats que tenen a mà però també les limitacions.

Finalment, l'alumnat representa de manera gràfica la seva manera de passar la tarda utilitzant formes geomètriques i colors. A partir de les diferents obres d'art que ells creen, es posen en comú els resultats i s'expliquen les diverses maneres expressades de passar el temps lliure.

EM COMPRES UN SOMRIURE?



Podem consumir un quilogram de felicitat? I un paquet de records? Puc comprar un somriure? Què es pot consumir i què no?

Sovint comprar productes s'associa amb la compra d'emocions i per això un quilogram de felicitat pot ser, en el fons, aquell producte que ens fa tanta il·lusió.

El taller pretén analitzar què es pot comprar segons els criteris legals que defineixen la persona consumidora, la qual té uns drets i uns deures concrets. Al mateix temps, també s'aborda com la compra de productes s'associa al consum d'emocions i valors socials.

Competències

- Identificar l'acte de compra com un fet associat a emocions, per tal d'adquirir criteris que permetin consumir d'una manera més conscient, reflexiva i crítica.
- Comprendre el significat de consumir segons el marc legal vigent, per tal de ser conscient de les responsabilitats i els deures com a persones consumidores.
- Conèixer el llenguatge publicitari, a fi de reconèixer les emocions associades a l'oferta de productes i consumir de manera responsable.
- Ser capaços d'identificar les sensacions i les emocions que desperta la compra de productes, per tal de consumir d'una manera autònoma i reflexiva.
- Utilitzar el llenguatge de la poesia visual per a expressar formes de sentir, pensar i actuar.

Continguts estructurants

- La diversitat d'emocions que desperta la compra de productes.
- El llenguatge publicitari: colors, música, emocions, eslogan.
- La compra segons criteris legislatius (professionals, diners, client, producte o servei).
- El consum com una relació entre elements individuals (emocions, desigs, necessitats...) i la col·lectivitat (publicitat, moda, marc legal, socialització...).
- La representació de diversitat de maneres de pensar, sentir i actuar mitjançant la poesia visual.

Continguts curriculars

Continguts	
Desenvolupament personal i la ciutadania	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolupament de les capacitats emocionals i cognitives de presa de decisions, valorant la dignitat, la llibertat i la responsabilitat, així com el desenvolupament de l'autonomia personal. • Interpretació crítica de la realitat que ens presenten els mitjans de comunicació, mitjançant el llenguatge publicitari, Identificació d'actituds i estratègies personals i col·lectives de consum.
Educació artística	<ul style="list-style-type: none"> • Valoració del paper de la publicitat, per informar, fer pensar, persuadir. • Valoració de l'ús de la música en els mitjans de comunicació i en produccions audiovisuals. • Reconeixement de la relació de les expressions musicals amb les idees, les emocions i les realitats socials, mitjançant la publicitat. • Discriminació de colors, formes, línies, contorn, grandària, establiment de relacions entre les qualitats perceptibles i el que pretenen les imatges i els objectes (informar, fer pensar, convèncer, persuadir). • Identificació i aplicació de les possibilitats de comunicació que poden suggerir la utilització d'imatges, d'objectes, tot realitzant un poema visual, per comunicar de forma visual, coneixement, pensament, emocions i experiències. • Incorporació i utilització progressiva de les terminologies pròpies dels llenguatges artístics: la poesia visual. • Interès per conèixer i valorar el fet artístic propi i dels altres.
Àmbit llengües	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitat crítica per comprendre allò que s'ha escoltat i fer-se preguntes a partir dels continguts exposats. • Interès, atenció i respecte per les intervencions dels altres. • Expressió d'idees de forma sintètica a través d'un poema visual.

Descripció del taller

La Resomriu Riuresom Riupipieja (R³) és una poetessa que es dedica a la poesia visual. Li han fet l'encàrrec d'escriure un llibre amb el títol: Em compres un somriure?, que ha de tractar el tema del consum d'emocions. L'R³, desconcertada per l'encàrrec, es passeja pel barri de l'escola en cerca de botigues on es venguin somriures, felicitat, por i sorpreses. I tot badant, arriba a l'aula de cicle superior i hi planteja: On es compren els somriures? Aleshores demana col·laboradors per a la producció del poema visual.

El personatge de la poetessa converteix l'aula en un escenari de reflexió entorn del significat de *consumir*. Per una banda s'aborda l'acte de consum entesa com una relació

Finalment, l'alumnat representa, mitjançant la poesia visual, la seva pròpia manera de consumir productes i emocions.

6. BIBLIOGRAFIA GENERAL

Llibres generals sobre consum

- Ariely, D. (2008). *Les trampes del desig*. 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>

INFORMACIÓ I SOL·LICITUD DE VISITA

Escola del Consum de Catalunya
C/ Pamplona, 113
08018 Barcelona
☎ 93 551 65 52
93 551 65 54
✉ aula.consum@gencat.cat
Horari informació: 9 a 14h
www.consum.cat