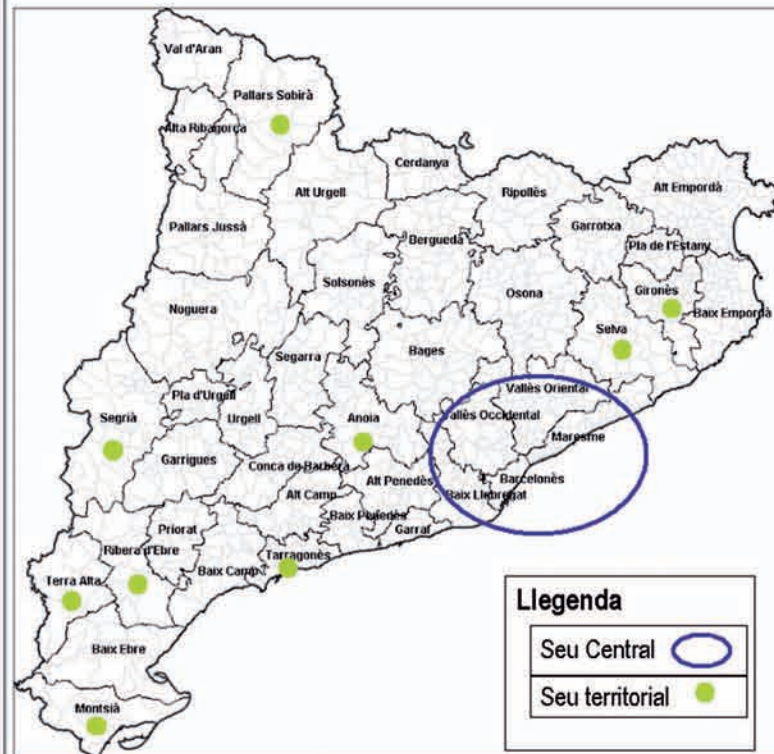


Distribució territorial de l'ECC

Curs 2007-08



CATALUNYA



**ES DISSABTE...
QUÈ FEM?
UN TALLER SOBRE
LA GESTIÓ DE L'OCI**

**QUIN ÉS EL PERFIL
PROFESSIONAL D'UN EDUCADOR O
D'UNA EDUCADORA DEL CONSUM?**

**PLAN INTEGRAL
DE EDUCACIÓN
PARA EL
CONSUMO
RESPONSABLE**



RESSENYES

RESSENYES

Astúries

El Centro de Formación del Consumidor de Blimea parada segura de los escolares que desarrollan el programa «Escuelas Viajeras» en el Principado de Asturias.

Castella i Lleó

La Conselleria d'Interior i Justícia, a través de l'Agència de Protecció Civil i Consum, té previst desenvolupar per tercer any consecutiu a tota la Comunitat Autònoma de Castella i Lleó el programa «Consum a l'escola», integrat per diversos tallers pràctics i destinats a l'alumnat de 1r de primària a 4t d'ESO. Aquest pla d'actuació pretén contribuir i ajudar la labor docent que desenvolupen els professors en la formació i educació dels alumnes com a consumidors, perquè vagin adquirint coneixements que els portin a ser conscients dels seus drets i obligacions, així com a desenvolupar actituds crítiques, responsables i solidàries en els seus actes de consum.



Cantàbria

«Movint2 –Telèfons Mòbils i Internet»

Al projecte europeu «Movint2-Telèfons Mòbils i Internet», integrat en l'Acció «Grundtvig2-Associacions d'Aprenentatge» del programa Sòcrates, s'ha realitzat un estudi sobre la normativa de telefonia mòbil i Internet i el coneixement que els consumidors en tenen.



Amb els resultats obtinguts s'han editat dos díptics que en recullen les conclusions més rellevants i una sèrie de recomanacions per resoldre possibles problemes en l'ús d'aquests serveis.



Melilla

La Ciutat Autònoma de Melilla celebrarà un any més el Dia mundial del consumidor, amb més de 3.000 joves escolars i la mascota «ETI».

Aquest curs 2007-2008 comptarà amb «ETI POTATOES», que els ensenya a interpretar els etiquetatges dels aliments i fomenta l'alimentació equilibrada.



Comunitat Valenciana Programa d'Educació del Consumidor a l'Escola 2007/2008

La Direcció General de Comerç i Consum ha convocat el Programa d'Educació del Consumidor a l'Escola per al curs 2007/2008, dirigit a tots els centres educatius de la Comunitat Valenciana de nivells no universitaris, i que ofereix a professors i alumnes múltiples possibilitats per desenvolupar a l'escola la matèria transversal d'educació del consumidor.

Propostes didàctiques, en diversos formats (tallers, DVD, llibres, etc.) per analitzar la publicitat, investigar sobre l'impacte dels hàbits de consum al medi ambient, per aprendre a reciclar els rebuïjos de la llar; tallers que tracten el culte al cos, que analitzen l'impacte de les noves tecnologies en els joves, o que ensenyen la manera d'exercir els drets dels consumidors. Tot això és el conjunt de recursos educatius que els centres poden sol·licitar per treballar diverses qüestions relacionades amb el consum.

El programa ofereix també suport econòmic als centres perquè puguin desenvolupar els seus propis projectes de consum, i la possibilitat de participar a la Xarxa d'Educació del Consumidor, fòrum d'experimentació de materials didàctics i intercanvi d'experiències docents entre professors de diferents països europeus.



CONSUMÓPOLIS 3



Extremadura

Un any més, durant el curs escolar 2007-2008, la Comunitat Autònoma d'Extremadura, la resta de comunitats autònomes i l'Institut Nacional de Consum organitzen el III Concurs Escolar, via Internet, per a joves escolaritzats al Tercer Cicle de Primària i al Primer i Segon Cicle d'Ensenyament Secundari Obligatori: Consumòpolis 3.

La nostra Comunitat Autònoma d'Extremadura conformarà la Presidència, Vicepresidència Primera i serà Portaveu a través de la Direcció General de Consum, la responsable del seu desenvolupament.

El tema escollit per a aquesta edició, «Consum responsable. Un dia en la vida de.....», té com a objectiu sensibilitzar els joves escolars de la importància que té realitzar un consum conscient, crític, responsable i solidari.

Així mateix, es vol fomentar la participació dels centres educatius a través del professorat i de l'alumnat, en activitats relacionades amb l'Educació del Consumidor.

El Concurs consta de dues parts en què els participants hauran de realitzar diferents activitats. En la primera part, que s'efectuarà a través d'Internet (en línia), mitjançant el joc Consumòpolis 3, els equips hauran de resoldre un conjunt de qüestions lúdiques i de continguts pedagògics, i en la segona part els equips col·laboraran en l'elaboració d'una revista que ressalti els valors del consum responsable.

El Concurs comptarà amb dues fases de participació. La primera serà una fase autonòmica organitzada, en el nostre cas, a través de la Direcció General de Consum i Salut Comunitària i de la qual en sortiran els equips guanyadors per cada etapa educativa. La classificació dels premis a la fase autonòmica per als alumnes que formen l'equip serà:

PARTICIPANTS	PRIMER PREMI	SEGON PREMI	TERCER PREMI
TERCER CICLE E. PRIMARI	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €
PRIMER CICLE E.S.O.	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €
SEGON CICLE E.S.O.	1.000,00 €	800,00 €	500,00 €

Finalment, la segona fase serà una fase nacional, organitzada per l'Institut Nacional del Consum en què participaran els guanyadors de les comunitats autònomes.

Catalunya

Des del curs 2005-06 l'Escola del Consum de Catalunya es constitueix com un Centre d'Estudis de l'Educació del Consum que posa al servei de la ciutadania diversitat d'activitats entre les que destaca una línia d'investigació sobre els hàbits de consum dels joves catalans, com a conseqüència de la qual s'inicia una sèrie de publicacions sota el nom genèric de «Col·lecció Estudis».

Els dos primers volums són:



- > Criteris dels joves en relació amb la compra de roba.
- > Les marques i els joves.



> EDITORIAL

La XARXA Espanyola d'Educació del Consumidor acaba de créixer novament. Ja hi som quasi totes les Comunitats autònomes. Amb la incorporació de Balears i Canàries, només Ceuta en queda fora. Esperem i desitgem que ben aviat s'hi pugui incorporar per tancar d'aquesta manera el mapa d'una XARXA eficaç i pràctica.

En aquest número volem destacar els següents apartats:

> La necessitat d'elaborar un Pla d'Educació per al Consum Responsable, que formarà part del conveni que s'està gestionant entre la XARXA i els dos ministeris implicats: el Ministeri d'Educació i Ciència (en el qual s'impliquin el CIDE i l'Institut Superior de Formació del Professorat) i el Ministeri de Sanitat i Consum (en el qual s'impliqui l'Institut Nacional del Consum). La signatura d'aquest conveni servirà per consolidar la XARXA.

> Destacar que la XARXA E-CONS és un dels projectes integrats en el grup de treball d'Informació, Formació i Educació del Consumidor. D'aquesta manera, s'avança en el fet de poder encaixar orgànicament la XARXA en el panorama institucional i es contribueix a desenvolupar el Pla Estratègic en el camp de l'Educació del Consumidor.

La XARXA fa 10 anys aquest 2008. Els assistents a la reunió de la Comissió gestora el darrer mes de desembre a Santander van felicitar el Govern de Cantàbria per la feina de coordinació duta a terme durant aquests anys.

LA COORDINACIÓ



Segon Semestre 2007 Nº 10

Tiratge: 9.400 exemplars

Edita: Xarxa d'Educació del Consumidor
<http://www.infoconsumo.es/eecred>

Adreça de la coordinació:

Escola Europea 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

Coordinació per a cada Comunidad Autónoma:

Gonzalo Sánchez Moreno (Cantàbria)
Carmen Martínez González (Astúries)
M^a José López Ródenas (Comunitat Valenciana)
Esther Álvarez Fernández (Galícia)
Alejandro Salcedo Aznal (Castella-La Manxa)
Nekane Ribado Vitorica (Euskadi)
Ana Grande Murillo (Extremadura)
Ángel Escolar-Noriega (Madrid)
Francisca Pérez Jiménez (Aragó)
Francisco Corzo Delibes (Castella i Lleó)
M^a José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)
Luís Domínguez Rodríguez (Cabildo de Tenerife)
Julià Guimerà Gargallo (Catalunya)
M^a Rosa Sancho Celdrán (Múrcia)
Juan Luis Gómez de Celis (Andalusia)
M^a Dolores Angosto Sánchez (Melilla)
Blanca Berruete Cilveti (Navarra)
M^a Dulce García Caballero (Balears)
M^a Luisa Rivero Gómez (Canàries)

Disseny portades: M^a Isabel Gómez Bedia

Disseny i maquetació: M^a Isabel Gómez Bedia

Impressió: J. Martínez S.L.

Dipòsit legal: SA-1485-2004

La Xarxa d'Educació del Consumidor permet la reproducció dels continguts que publica. No s'autoritza la utilització de cap contingut d'aquesta revista amb finalitat comercial o publicitària.

> SUMARI

CANTÀBRIA	Lliurament de Premis de la Quarta Fase del III Plan Quatrienal d'Educació del Consumidor	4
ASTÚRIES	Escoles Viatgeres i Consum	6
COMUNITAT VALENCIANA	El Big-Bang del Consum Responsable	8
GALÍCIA	Projecte «ConsuModa»	10
CASTELLA-LA MANXA	El Centre de Formació del Consumidor Mòbil	12
EUSKADI	Necessitats Educatives Especials: Seguretat a la Llar	14
EXTREMADURA	Consumòpolis 2. Premi Doble	16
MADRID	Exercir la creativitat per desenvolupar la responsabilitat	18
ARAGÓ	Escola Aragonesa de Consum	20
CASTELLA I LLEÓ	Tallers de Consum	22
LA RIOJA	Un projecte científic amb significat a l'I.E.S. Virgen de Vico	24
CABILDO DE TENERIFE	Qualitat i Consum Responsable	26
CATALUNYA	Es dissabte... què fem?_ Quin és el perfil professional d'un educador o d'una educadora del consum?	28
MÚRCIA	Consumòpolis 2 Ecoconsum Responsable	30
MELILLA	VIII Jornades de Formació-Educació en Consum VIII Jornades per a Gent Gran	32
NAVARRA	Guia per a una alimentació saludable i conscient	34
BALEARS	Preus i consum Canvi climàtic salut i consum	36
CANÀRIES	La defensa dels consumidors i usuaris, nostra raó de ser	38

Lliurament de Premis de la Quarta Fase del III Pla Quatrienal d'Educació del Consumidor

El 19 de juny de 2007, va celebrar-se el lliurament de premis de la quarta fase del III Pla Quatrienal d'Educació del Consumidor. Els primers premis es van dotar en 1.000 euros i els segons premis en 562,50 euros.

Cal remarcar la gran participació a aquesta edició del Pla Quatrienal dels centres escolars, edició en què s'han seleccionat un total de 45 projectes.

> Educació Infantil

El primer premi d'**Educació Infantil** va ser per al CP José María de Pereda de los Corrales de Buelna. El seu projecte «La rosa dels vents», coordinat per Adriano Fernández Polanco, té entre els seus objectius iniciar l'alumnat en els conceptes de sostenibilitat, responsabilitat i solidaritat.

El segon premi va ser per al CC María Reina Inmaculada de Santander, amb el projecte «Basurín ens ajuda a reciclar», coordinat per Elia Gómez Cagigas.

> Educació Primària

En **Educació Primària**, el primer premi va ser per al projecte titulat «El Globus», coordinat per Angelines Jorrín Salces del CP Mateo Escagedo Salmón de Cacedo de Camargo. El projecte tracta d'aprofundir en l'anàlisi dels fenòmens immediats sobre el consum i medi ambient i prendre consciència de l'origen i final dels nostres béns de consum.

El segon premi va ser per al C. Sagrado Corazón de Cabezón de la Sal, amb el projecte «Reciclem, coneixem i actuem», coordinat per María Isabel Gutiérrez Echave.

> Educació Secundària Obligatoria

L'IES José María de Pereda de Santander, amb el seu projecte «La cultura de la fruita: una assignatura pendent», coordinat per Jesús Peñalva Gil, va obtenir el primer premi en **Educació Secundària Obligatoria**. Crear una cultura de la fruita que permeti «mirar cap al futur» amb confiança a través d'una joventut més ben informada, alimentada i sana va ser un dels objectius principals d'aquest projecte.

En aquest nivell es van concedir dos segons premis ex-aequo per als projectes de l'IES La Granja d'Heras «L'escola com a plataforma de la nova cultura de l'energia», coordinat per María Jesús Mirón Peña, i «El futur ens espera? Organismes genèticament modificats», coordinat per Alfonso Fernández Serna.

> Batxillerat

Amb el projecte «Psicologia i Publicitat», coordinat per Juan Carlos Granados Cascos, l'IES Leonardo Torres Quevedo de Santander va obtenir el primer premi de **Batxillerat**. L'objectiu general del projecte va ser conèixer la forma en què la publicitat se serveix dels coneixements i procediments de la psicologia per fer augmentar la seva eficàcia envers els consumidors potencials.

El segon premi va ser per al projecte «Biomolècules en la publicitat», de l'IES Lope de Vega de Santa María de Cayón, coordinat per Pilar Barquín Sainz de la Maza.

> Formació Professional

El primer premi en **Formació Professional** va ser per al projecte titulat «Coneixem gaires grasses perjudicials?» de l'IES Manuel Gutiérrez Aragón de Viérnoles, coordinat per Fernando Portal María. Entre els objectius del projecte hi havia el d'obtenir informació científica sobre els diversos tipus de grasses que s'utilitzen en l'alimentació, l'estudi-revisió bibliogràfica del tipus d'olis i/o grasses comestibles que s'utilitzen en alimentació i la seva implicació en la salut.

En aquest nivell es van concedir dos segons premis ex-aequo per als projectes «La meva compra i jo», de l'IES Santa Clara de Santander, coordinat per Montserrat Bravo Ramos i Claudio García Barrios, i el projecte «Cons-ciència des de l'aula», de l'IES Fuente Fresnedo, coordinat per María José Sáiz Rodríguez.

> Educació Especial

En **Educació Especial** el primer premi va ser per al projecte «Jo també m'administro», d'Aspace-Cantabria de Santander i coordinat per Ignacio San Miguel Coca. L'objectiu general del projecte va ser crear i manejar un instrument que possibilités la gestió de l'economia domèstica fent participi d'una realitat social a aquest col·lectiu i facilitant la comprensió i el desenvolupament en la vida quotidiana.

El segon premi va ser per al projecte «Estàs connectat?», del CC San Martín de Santander, coordinat per Rocío Merino Cuesta.



Quadern Viatger: «JOSÉ FÉLIX GARCÍA CALLEJA»

* En homenatge al Director General d'Assumptes Europeus i Cooperació al Desenvolupament, que va impulsar aquesta iniciativa amb entusiasme i juntament amb l'Escola Europea de Consumidors.

Qui hi pot participar?

Hi poden participar tots els centres escolars inscrits al Pla d'Educació per al Consum Responsable, formant equips.

La participació és per aula. Cada aula és un equip.

Cada centre escolar participarà amb tots els equips que vulgui.

Cada aula o equip ha de posar en marxa un quadern viatger.

El tema és lliure, però ha de tenir relació amb l'Educació del Consumidor.

Es poden veure possibles temes en aquest lloc web de la XARXA E-CONS:

http://www.e-cons.net/tools/cast/mat_did_cast.htm

Cada tema ha d'abordar-se tenint en compte una visió europea.

Quin tipus de quadern?

Un quadern físic (amb els fulls i la forma que cada equip cregui oportú), que inicia el professorat amb imatges i textos que serviran de guia per a la resta de participants.

El professorat iniciarà, doncs, el quadern viatger amb un títol (que es decidirà a classe). Aquesta serà la pàgina 1. A més a més, es faran servir les dues pàgines següents (la 2 i la 3) per exposar el tema del qual el quadern ha de parlar. Se'n poden veure exemples al lloc web.

Perquè és viatger?

Perquè cada setmana el quadern viatja a una o més cases, on les famílies (conjuntament amb l'alumnat) van completant el quadern. Cada família comptarà amb dues pàgines.

Com viatja el quadern?

El professorat el lliura cada dos o tres dies a un alumne/a, que se l'haurà d'emportar a casa i, amb el seu pare/mare i/o avi/àvia i/o germans/germanes, el va completant (dos fulls amb imatges, retallables, fotos, etc.) d'acord amb el tema que s'hagi escollit. Després, l'ha de tornar a portar a classe, comentar-lo i lliurar-lo al professorat, perquè el pugui entregar a un altre alumne/a i segueixi la roda.

Quan acaba el quadern de viatger?

Quan hagi viatjat per totes les famílies. Les dues/tres últimes pàgines les completarà també el professorat, incloent-hi l'índex i un resum final.

Què es fa amb els quaderns viatgers?

S'envien físicament a l'Escola Europea de Consumidors, abans de finals del mes de maig de 2008. S'han d'enviar físicament i escanejar-los, perquè es puguin penjar al lloc web.

PREMIS

Com l'any passat, tots els quaderns viatgers es penjaran al lloc web:

http://www.e-cons.net/home_cast.htm

Tots els grups que hi participin obtindran un diploma de participació.

Un jurat avaluarà els quaderns i entregarà premis sorpresa als més complets.



Escoles Viatgeres i Consum

Escoles Viatgeres és un programa d'intercanvi escolar entre comunitats autònomes que potencia la transversalitat i l'educació de valors, fomentant la cooperació, convivència, tolerància i respecte entre alumnes de diferents comunitats que conviuen durant un temps en l'espai educatiu asturià i aprofundeixen en el coneixement d'Astúries (tradicions, cultura, orografia, esports, medi ambient...)

Es tracta d'un recurs educatiu que permet que els estudiants continuïn l'aprenentatge iniciat a l'aula, aportant un esperit innovador i proporcionant-los noves estratègies i continguts d'aprenentatge. Mitjançant la realització d'una determinada ruta es facilita el coneixement d'Astúries, la seva riquesa i característiques peculiars, respectant-ne i ressaltant-ne les particularitats individuals, la convivència, la diversitat lingüística, geogràfica i cultural de les comunitats autònomes participants.

Els centres educatius elaboren un projecte educatiu que inclou activitats per realitzar abans, durant i després de la ruta. Partint de la feina feta prèviament a l'aula al voltant de la comunitat que es visitarà, 15 alumnes de tercer cicle de Primària, acompanyats del seu mestre/a, realitzen durant una setmana una ruta per alguns dels llocs més emblemàtics de la nostra comunitat.

El Programa d'Escoles Viatgeres es planteja com una activitat complementària, que té una clara finalitat educativa, promou un model d'escola plural i oberta, que ofereix un ampli ventall de possibilitats d'aprenentatge, des de l'experiència que aporten les rutes o itineraris educatius dissenyats amb aquesta finalitat. És l'escola diària traslladada a una altra realitat cultural, social, lingüística, ambiental, saludable, etc., on l'alumnat aprèn, es relaciona conviu i desenvolupa capacitats per al millor desenvolupament en la vida quotidiana.

Durant una setmana, tres grups d'alumnes i els seus mestres, de diferents procedències, conviuen i es relacionen coneixent els recursos educatius de la nostra comunitat autònoma.

L'activitat té com a **objectius principals:**

1. Fomentar la convivència i cooperació de l'alumnat, respectant les diferències culturals, lingüístiques, etc. de les comunitats participants.
2. Aconseguir el nivell adequat de coneixement, comprensió i respecte envers la comunitat visitada.
3. Crear hàbits de valoració i respecte del patrimoni i del medi ambient.
4. Fomentar una actitud d'aprenentatge permanent de l'alumnat, tant dins com fora de les aules.

El programa va dirigit a l'alumnat de 5è i 6è de Primària. Tenen preferència els alumnes que procedeixen de zones rurals i perifèriques de les ciutats.



L'activitat es desenvolupa en dues campanyes: primavera i tardor. Durant aquestes dues campanyes, Astúries rep 30 grups de 15 alumnes cada un i un professor/a per grup. Simultàniament, 15 grups asturians i els seus mestres visiten altres comunitats autònomes. És una activitat subvencionada totalment (trasllat, allotjament, dietes, etc.) pel Ministeri d'Educació i Ciència i la Conselleria d'Educació i

Ciència del Principat d'Astúries mitjançant un conveni de col·laboració.

En el cas de la visita a la nostra comunitat autònoma, l'estada es concreta en els següents punts d'interès:

>**Oviedo:** Junta General del Principat, art preromànic asturià, Museu de Belles Arts i casc antic. (La nostra capital.)

>**Cabo Vidio i Cudillero:** Panoràmica de la costa asturiana.

>**Cuencas Mineras:** Centre de Formació del Consumidor i Museu de la Mineria.

>**Gijón:** Panoràmica de la ciutat, Universitat Laboral, Museu del Ferrocarril i Llagar Cabueñes.

>**Tamón:** Aula de naturalesa de la fruita i producció industrial.

>**Cangas de Onís:** Covadonga (Lloc Reial), llacs de Covadonga i Parc Nacional dels Pics d'Europa.

>**Llanes:** Panoràmica.

>**Villanueva de Santo Adriano:** Ruta de l'ós (clos i casa de l'ós i visita a Proaza).

>**Allotjament:** Camping Deva, Gijón.



Pel que fa a la visita al **Centre de Formació del Consumidor de l'Agència de Sanitat Ambiental i Consum**, l'activitat realitzada es concreta en un viatge llampec a aquesta ruta viatgera. Mai més ben dit, és una «parada» perquè els professionals de l'ensenyament d'altres comunitats autònomes coneguin aquest recurs educatiu que mai no deixa de sorprendre a tothom que passa per aquí.

L'activitat que realitzen els nostres visitants es redueix pel poc temps que l'ajustada agenda els permet dedicar a cada visita. Durant una hora, aproximadament, fem activitats relacionades amb l'**alimentació saludable**, amb l'alumnat dividit en grups, ja que entre d'altres coses, forma part del seu projecte de convivència i coneixement. Per això:



1. Repassen la roda dels aliments i treballen els mínims d'una alimentació saludable.

2. Per grups, es confecciona un menú equilibrat.

3. Realitzen la compra fictícia al nostre supermercat dels ingredients que necessiten per elaborar l'esmentat

menú. Per fer-ho, disposen d'un pressupost previ que han de tenir en compte a l'hora de comprar.

4. S'han de fixar en les ofertes, els preus, l'etiquetatge, el preu per unitat de mesura, la distribució dels aliments...

5. Paguen a caixa.

6. Revisen el tiquet de la compra.

7. Finalment, si han trobat alguna irregularitat (preus que no s'exposen o no es corresponen amb els dels prestatges, productes caducats o en mal estat, aliments peribles fora de la nevera, ofertes que no són certes, etc.), la fan constar demanant el «full de reclamacions» i cobrint-la al mateix Centre de Formació del Consumidor.

És una activitat que, tot i que es realitza d'una manera accelerada, deixa una grata sensació als participants. Fins ara, sempre n'han elogiat l'espai, els materials i les activitats que s'hi realitzen, malgrat que es tracta d'un grup molt nombrós (45) i tenint en compte que les nostres instal·lacions estan pensades per treballar amb grups més reduïts.

Com a responsable del Centre de Formació del Consumidor de Blimea, resulta molt gratificant saber que aquest Centre de Formació del Consumidor serveix d'aparador fora de la nostra comunitat autònoma per **«aprendre a consumir»**.

Durant la campanya de tardor que acaba de finalitzar, han visitat el CFC els següents centres educatius:

1. **CEIP Carmen Arias (Ciudad Real)**
2. **ZER Espernallac (Lleida)**
3. **CRA Somontano (Terol)**
4. **C.P. Vera Cruz (Burgos)**
5. **CRA San José (Albacete)**
6. **CEIP Tierno Galván (Sevilla)**
7. **C.P. Zurbaranbarri (Bilbao)**
8. **C.P. Ntra. Sra. De Loreto (Còrdova)**
9. **C.P. Mare de Déu de la Salut (Alicante)**
10. **CEIP Nicomedes Sanz (Valladolid)**
11. **CEIP Mediterráneo (Còrdova)**
12. **CEIP Mare de Déu (Barcelona)**
13. **C.P. San José (Sòria)**
14. **C.P. Seis de Diciembre (Madrid)**
15. **C.P. Luis Fuentes (Navarra)**

Ara ja només ens queda esperar la primavera perquè novament obrim les nostres portes a l'exterior i altres «escolins» viatgers gaudeixin de les nostres activitats.



Beatriz González Braga
Centre de Formació del Consumidor. Blimea. Astúries
cfc@mancomunidadnalon.e.telefonica.net

Una experiència de la Escuela Profesional La Salle de Paterna

El Big-Bang del Consum Responsable

Europa, tan a prop, tan lluny...
el punt de partida de la nostra reflexió

Europa, tan a prop i tan lluny. Som una part del mateix però, a la vegada, ens hi considerem dins? Som Europa? Sabem del que parlem? Ens fa por?

El Perú, l'Àfrica i Espanya són els grans pilars on s'assenta la cultura sobre consum responsable de l'Escola Profesional La Salle de Paterna (València).

I us deveu estar preguntat... per què cal anar tan lluny per posar els pilars? Doncs, bé, uns quants professors de la nostra escola vam tenir l'oportunitat de viure experiències en indrets del sud, uns al Perú i altres a l'Àfrica. D'allà vam portar grans vivències però, sobretot, una necessitat important de treballar temes de comerç just i consum responsable.

La nostra primera experiència en qüestions de consum responsable va ser la participació en el Certamen Europeu del Jove Consumidor. La idea d'Europa saltava a la palestra, competíem contra altres joves europeus i vam tenir la sort d'anar a conèixer i descobrir aquella Europa de la que tant parlem.

Però el nostre objectiu no era competir, ni guanyar; el Perú i l'Àfrica seguien ressonant als nostres caps i van ser el trampolí cap a la dimensió europea de l'Escola. Volíem canviar els i les nostres alumnes per poder canviar aquell món que havíem descobert lluny, però no servia de res fer-ho sols.



La idea d'Europa era un tema recurrent cada cop que intentàvem treballar el consum responsable. A poc a poc, un interès de no gaires, anava calant al centre. Uns, animats per temes d'Agenda 21; d'altres, per temes de justícia social; d'altres, de temes consum, d'idiomes o simplement per sortir.

El tema de l'obertura a Europa per a la solució dels grans problemes del món anava calant al nostre centre com cala el xim-xim a la terra i la deixa xopa perquè pugui donar uns fruits impressionants al cap de poc.

I aquí arriba el famós big-bang: una gran explosió es produeix al centre quan ens n'adonem que Europa i consum responsable és un binomi indissoluble que fa explotar una dinàmica imparable d'activitats i projectes al centre.

Agenda 21 escolar, consum responsable, comerç just, Comenius, Europa, Letònia, projecte, Consumòpolis, Associació Multilateral, comerç just, Bèlgica, agents 21, ecoauditoria Escolar, 4Rs, química a microescala, justícia social, sostenibilitat, reciclatge, desenvolupament sostenible...

És a dir, un munt de projectes, d'idees, d'il·lusions, de feina que comença a germinar en aquesta terra adobada i rica que havíem treballat durant anys.

D'UN MUNT D'ACTIVITATS.....A UN GRAN PROJECTE: UNA ASSOCIACIÓ MULTILATERAL COMENIUS SOBRE MEDI AMBIENT I CONSUM RESPONSABLE

Consum responsable: l'equip Célula Europa és el responsable de dinamitzar activitats relatives al consum responsable amb relació a Europa. Allò que en un principi eren petites activitats soltes ha passat a ser projectes per treballar a Europa, l'Associació Multilateral Comenius amb 14 països europeus, que és el nou repte que tenim davant, el projecte «Medi ambient i consum responsable».

El fet de ser un centre membre de la xarxa e-cons ens ha facilitat relacionar-nos, per exemple, amb l'escola ZAVO de Bèlgica, unes relacions molt atractives tant per als alumnes, com per als pares i professors. Cinc alumnes i dues professores han estat a Bèlgica per posar en comú qüestions de consum responsable, aigua, energia, aliments, planeta ideal, solucions que podem aportar... L'objectiu era veure quins problemes teníem en comú i quines

¡ HEY TU ! Si, tu...

¿Te sientes culpable?
¿Sientes que te comes al mundo?



No es tarde
para cambiar

Se un Consumidor
Responsable



solucions trobàvem des de dos centres tan distants. L'experiència ha estat genial i ara molts més alumnes del centre volen ser agents 21 per poder formar part de les expedicions a Europa per aprendre a consumir i cuidar el medi ambient.

Tot el centre espera amb impaciència la posada en marxa de l'associació multilateral per poder allunyar-nos de les nostres fronteres i fer d'Europa casa nostra de veritat, un lloc on ens trobem còmodes i per cuidar, i on aprenem a viure junts i d'una manera responsable.

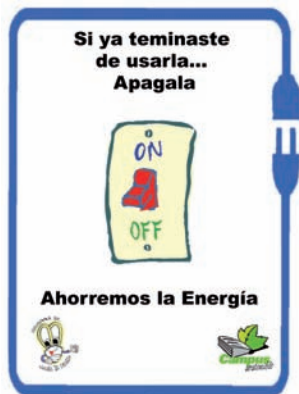
Després d'aquests anys de feina, educar els alumnes de secundària en qüestions de consum responsable mitjançant la participació d'ells mateixos al concurs de Consumòpolis és una tasca senzillíssima: nosaltres anunciem l'inici del concurs i ells es barallen per trobar professors que els hi apuntin, els obrin la sala d'informàtica a l'hora del pati, els facin un cop de mà amb les respostes... La motivació és total.



EL PROTAGONISME DELS NOSTRES ALUMNES:

Alguns professors del centre ens vam adonar de la importància que tenia per nosaltres el consum responsable i els pocs mitjans amb què contàvem, així que vam decidir involucrar els alumnes en la confecció d'uns cartells a gran format (210 x 90 cm) plens d'imatges suggestives sobre qüestions de consum responsable que els interessessin. Aquests cartells anirien acompanyats d'una guia didàctica perquè alumnes i professors de diversos nivells educatius poguessin treballar les qüestions a partir de les imatges escollides.

Els temes que van escollir per als cartells van ser: les 4 Rs, salut (SIDA, pírcings, tatuatges), aigua, energia, consum responsable, comerç just i joves de baix consum.

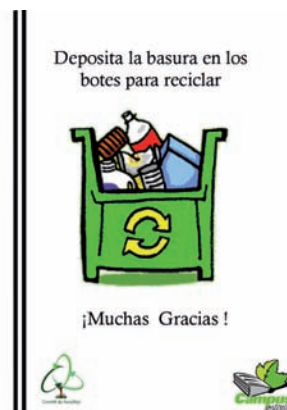


Els mateixos es van encarregar del disseny dels cartells, l'elecció de fotos, frases, lemes i, per tant, els acabats són actuals i amb els colors i formes que els criden l'atenció i els agraden. Després, van navegar per Internet en busca d'activitats, tallers i pàgines web que els arribaven i així, a poc a poc, van anar completant aquesta guia didàctica.

El resultat, encara en fase de maquetació final, té un molt bon aspecte i la idea és la d'editar-lo perquè es pugui utilitzar a totes les aules del centre i deixar-lo a d'altres centres que el sol·licitin. Vol ser un treball dels alumnes i per als alumnes.

De vegades ens sorgeix algun dubte i ens preguntem si aquest big-bang no serà massa per a un centre com el nostre, però existeix una preocupació important entre el professorat que anima aquests projectes i és la necessitat que tot estigui inserit en les estructures normals d'un centre educatiu, les activitats siguin incloses en el currículum normal de cada etapa i nivell, i així no sigui un afegit a les nostres programacions, sinó que en sigui una part intrínseca. Això es va aconseguir a poc a poc i el consum responsable va

formant part del centre com un veritable eix transversal i no com un eix afegit a la programació general. Les activitats més importants



es duran a terme des dels cicles, els departaments... Totes les campanyes realitzades al centre tindran com a eix transversal els punts anteriors i així, amb una participació de tots els professors del centre, cada un al seu nivell (uns de manera puntual, altres de manera sistemàtica, altres de manera total), és com si volguéssim aconseguir que tot aquest projecte, complex però que ens il·lusiona, vagi endavant.

És cert que no podem oblidar la feina important dels alumnes, que voluntàriament s'autoanomenen agents 21 i es comprometen a col·laborar en el projecte per a la consecució dels objectius.

Aquests agents 21 són els encarregats de planificar, en part, el projecte, de dur-lo endavant, de motivar els seus companys, d'avaluar la bona marxa del projecte al nostre centre, de reunir-se després amb agents 21 dels altres centres europeus per veure la bona marxa de l'associació multilateral i proposar canvis i millores perquè s'aconsegueixin els objectius marcats a tots els centres.



Des de l'Escola Professional La Salle de Paterna (València) volem animar-vos perquè exploti el vostre propi Big-Bang, perquè us deixeu endur pel consum responsable i que Europa no us faci vertigen; s'ha de sortir i s'han de buscar solucions conjuntes. Els vostres alumnes, les vostres famílies i, sobretot, el planeta us ho agrairan.

Projecte «ConsuModa»

Al llarg del curs 2006-07, l'IES María Casares, d'Oleiros (La Corunya), va participar per segon any a la Xarxa d'Educació del Consumidor, treballant el tema de la vestimenta en el projecte «ConsuModa» amb l'alumnat de 4t d'ESO i 1r de Batxillerat.



Vam partir de la realitat de la societat actual, caracteritzada per l'abundància de productes i el reclam constant de la publicitat, que crea necessitats artificials sense les quals ens sembla que no podem viure.

Els adolescents comencen el procés d'emancipació respecte la família i necessiten una integració social molt forta al grup de companys. Aquest grup exigeix unes normes de conducta, d'actituds i de comportaments que es consideren apropiats per la majoria. Així, doncs, els nois i noies compraran productes que els seus models van fer servir per conformar la seva imatge i identitat, i es reafirmaran de manera natural posseint determinades marques i productes.



El treball va començar amb la realització d'un qüestionari sobre moda i hàbits de consum de roba. Les conclusions que se'n va obtenir van ser les següents:

- > L'interès per la moda comença cap als 12/13 anys. Per a tots ells, allò més important és: l'estil propi i la comoditat.
- > Consideren que el que més els influeix a l'hora d'escollir la roba són els amics i la publicitat, i el que menys, els gustos familiars.
- > La despesa més forta en roba la fa la família, tot i que ells també en compren sovint amb els seus diners.
- > L'alumnat acostuma a passar els caps de setmana amb els amics i als centres comercials de la zona, sobretot durant la tardor i hivern. Entra a les botigues de forma habitual perquè és una manera de passar el temps.
- > Els nois i noies tenen hàbits de compra ben diferenciats. Les noies, en la majoria dels casos, compren roba de bon preu i prefereixen la quantitat a la qualitat. Algunes d'elles compren un cop al més.
- > Els nois prefereixen roba que els duri, es decanten en alguns casos per roba de marques conegudes i van menys cops a comprar roba.
- > L'alumnat creu que la despesa en roba coincideix amb el que ells consideren apropiat.



En una visita a l'Escola Gallega de Consum (EGC) de Santiago de Compostel·la, l'alumnat va treballar al taller «Llenguatge publicitari», que va servir perquè, posteriorment, es treballés a l'aula la publicitat i la moda, ensenyant els seus components positius i negatius i despertant una actitud crítica envers l'atractiva crida de la publicitat. Una de les coses que més va estranyar a l'alumnat va ser comprovar que algunes revistes feien servir, encara, el reclam de tòpics sexistes.



En un altre taller desenvolupat a l'EGC de Santiago, «Resolució de conflictes», l'alumnat va aprendre a fer una reclamació i va servir de punt de partida per a la realització d'una exposició de cartells on es recullen els drets que tenen com a persones consumidores.

D'altra banda, l'alumnat va aprendre a interpretar l'etiquetatge de la roba: quines dades ha d'incloure obligatòriament? Què signifiquen els símbols que s'hi empenen?

Amb l'objectiu de descobrir l'estructura d'una multinacional de moda vam programar i realitzar una visita al grup Inditex a l'ajuntament d'Arteixo (La Corunya). Entre d'altres qüestions, l'edat dels dissenyadors, tots molt joves, i les comandes de roba de les botigues dels cinc continents van cridar especialment l'atenció de l'alumnat, que va trobar molt interessant l'eficàcia i la rapidesa de tot el procés.



Aprofitant la visita el segon any d'intercanvi amb l'Institut Miguel de Cervantes de Varsòvia, vam dur a terme un estudi comparatiu entre els dos països. Els estudiants polonesos van respondre un qüestionari on es reflectien els seus hàbits de compra. Les conclusions més destacables que se'n van obtenir van ser que:

- > Només tenen rebaixes a l'estiu;
- > Fan les compres majoritàriament a les botigues del grup Inditex (conseqüència de la globalització dels mercats i dels gustos);
- > Els gustos a l'hora de vestir tenien diferències, en la utilització dels colors per part del nostre alumnat (considerada molt variada i excessivament colorista) i l'estil esportiu a la manera de vestir del dia a dia.

Els i les alumnes que van participar al projecte van considerar que l'experiència els va ensenyar a tenir en compte els factors que influeixen a l'hora de fer una compra, a la vegada que va ajudar-los a desenvolupar una capacitat crítica envers la publicitat amb la qual no comptaven.

Així mateix, van ser conscients que tot està comercialment planificat per fomentar les compres, des de la música, a l'estudiada col·locació de les peces de roba: els productes bàsics al fons, els complements prop de les caixes de pagament, etc., amb la qual cosa s'aconsegueix que tot es resumeixi en un missatge final: «No pensis, compra».



El Centre de Formació del Consumidor Mòbil

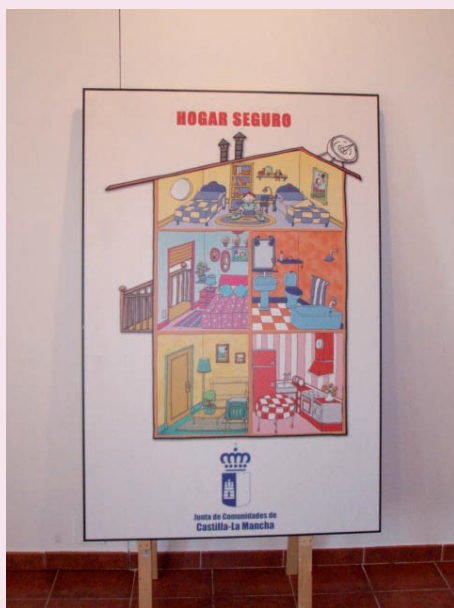
Un recurs itinerant, amb tallers on es recreen situacions habituals de consum i on els alumnes realitzen activitats que els ensenyen a consumir de manera responsable.

Des de l'Institut de Consum de Castella - La Manxa, i dins del Programa Regional d'Educació del Consumidor, sorgeix una iniciativa que integra activitats de caràcter lúdic i formatiu: el Centre de Formació del Consumidor Mòbil.

Conscients que l'educació del consumidor s'ha de fer de manera continuada i amb la participació de tots els ciutadans, el març de 2007 el Centre de Formació del Consumidor Mòbil, que ofereix una àmplia gama d'activitats per desenvolupar en qualsevol punt de la nostra comunitat, va començar a fer camí per terres castellano-manxegues.

Els equipaments i materials educatius dels quals disposa aquest centre mòbil, pel seu disseny i contingut, es van dirigir a alumnes amb edats compreses entre els sis i els dotze anys.

Les activitats proposades s'engloben en quatre àrees de treball diferents: alimentació, seguretat a la llar, medi ambient i comerç just.



- En l'àrea d'alimentació, es tracten aspectes com ara la classificació d'aliments, la dieta equilibrada, el supermercat i l'etiquetatge dels aliments.

- En l'àrea de medi ambient, es treballen conceptes clau, com ara llar i medi ambient, medi ambient i entorn i, per últim, reciclatge i selecció de residus.

- En l'àrea de seguretat, els continguts s'estructuren al voltant de dos blocs: llar segura, amb un repàs de les causes dels principals accidents domèstics i, per últim, reconeixement de la simbologia aplicada als productes perillosos.

- Finalment, en l'àrea de comerç just, es fa conèixer aquesta alternativa al comerç internacional, i es difonen els principis i objectius d'aquest sistema alternatiu al comerç tradicional.

Els equipaments amb els quals compta el Centre de Formació del Consumidor Mòbil són: dotze panells informatius; dues banderoles informatives; quatre panells interactius on els nens en van composant el contingut de cada un amb figures imantades; un supermercat que disposa de tot tipus d'aliments; cubells per a la classificació i separació de residus i una exposició dels productes més representatius de la xarxa de comerç just.

Disposa, així mateix, d'un macro joc tipus «l'oca», per a la recopilació de continguts adquirits després de la visita al Centre de Formació del Consumidor: «El gran joc del consum».

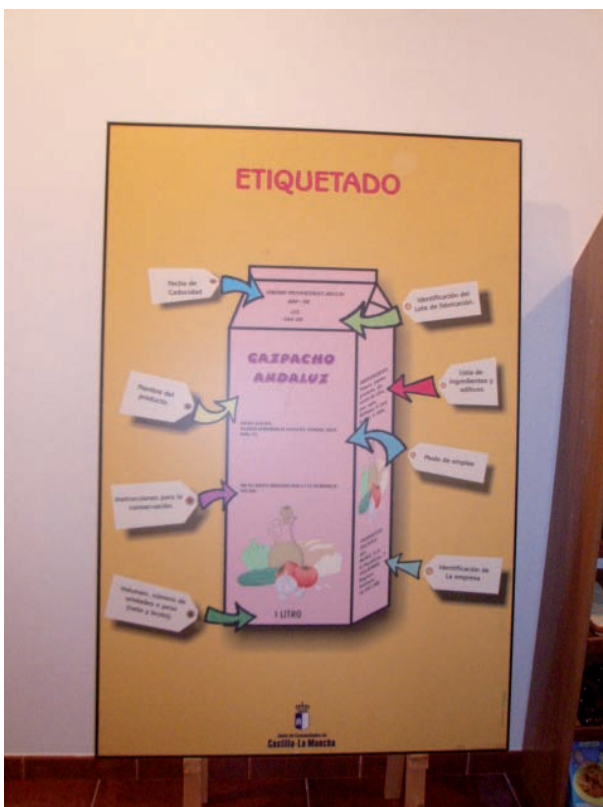


Els tallers tenen una durada mitjana de dues hores, depenent sempre del nivell del grup i dels coneixements de partida. A cada sessió s'atén una sola classe, d'aproximadament 25 alumnes.

Cada grup, segons el nivell educatiu, pot realitzar diferents combinacions de tallers, depenent de la disponibilitat de temps i de les qüestions que generin més interès. Tot i així, el més recomanable és realitzar tots els tallers d'una mateixa àrea durant una visita.

Les activitats que els alumnes poden realitzar es basen en l'observació dirigida i la participació directa en cada tema, amb la finalitat que la informació que s'adquireix sigui assimilada amb la major facilitat. Per això, la seqüència general de les activitats que es desenvolupen amb els grups a cada taller és la següent:

1. Una primera xerrada introductòria per apropar els continguts bàsics del taller als alumnes.
2. La realització de jocs de rol i d'altres activitats pràctiques per buscar informació i emplenar la fitxa d'activitats.
3. Per últim, una recopilació dels coneixements adquirits mitjançant una posada en comú amb tot el grup.



En l'actualitat, el Centre de Formació del Consumidor Mòbil ja ha visitat les províncies d'Albacete i Ciudad Real, i romandrà en aquesta última fins a març de 2008.

L'Institut de Consum de Castella - La Manxa oferta aquesta activitat a totes les entitats del territori castellà manxec que estiguin interessades en fomentar l'educació del consumidor. Com a únic requisit, han d'emplenar el formulari de sol·licitud que es pot sol·licitar al telèfon **967 506 712** o bé mitjançant la següent adreça de correu electrònic: proamsi@terra.es

Es gestionaran totes les sol·licituds rebudes amb la finalitat d'elaborar un calendari itinerant per a tot l'any.



Institut de Consum de Castella – La Manxa

Necessitats Educatives Especials: Seguretat a la Llar

NEIX UNA IDEA ...

La formació en matèria de consum és una constant per a la Direcció de Consum i Seguretat Industrial del Govern Basc. Per això, des de fa 18 anys, s'estan desenvolupant diversos programes formatius amb l'objectiu de garantir el dret a l'educació i a la formació en matèria de consum, tal i com recull l'Estatut de les Persones Consumidores i Usuàries.

Dins d'aquests programes formatius s'emmarca Kontsumo Gelak, el centre de formació en matèria de consum del Govern Basc. El seu objectiu, el de formar la ciutadania, no es cobria si no es tenien en compte tots els col·lectius que conformen el teixit social.

L'any 2003, Kontsumo Gelak va elaborar el paquet formatiu bàsic, com a oferta formativa per a persones amb necessitats educatives especials. Després de l'èxit aconseguit durant els tres primers anys, es va veure la necessitat d'anar més enllà, d'elaborar una nova acció formativa que partís de les necessitats pròpies i reals del col·lectiu. Per tant, hi ha res millor que fer-ho mitjançant un procés treballat pels agents directament implicats?

Partint d'aquesta base va iniciar-se allò que avui dia és el taller de «Seguretat a la Llar. Necessitats educatives especials».

Kontsumo Gelak es va posar en contacte amb 14 centres educatius, associacions i fundacions dels tres Territoris Històrics Bascos que treballen amb persones amb necessitats educatives especials i, a partir d'aquí, es va desenvolupar el procés en sis fases.

EL PROCÉS...

Primera fase: PREGUNTAR.

Es va iniciar un procés de consulta amb les persones educadores dels 14 centres sobre les necessitats formatives detectades en matèria de consum.

Segona fase: RECOPILAR, INTERPRETAR...CONCLoure.

Es va realitzar la valoració i la interpretació de les dades i valoracions recollides, i es va arribar a la següent conclusió: **la necessitat d'elaborar una acció formativa relacionada amb la seguretat a la llar.**

Tercera fase: ELABORAR.

Des de Kontsumo Gelak es va pensar, dissenyar i elaborar un taller que havia de comptar amb les següents característiques:

1. Ser dinàmic, atractiu i ajustar-se als interessos dels grups.
2. Estar adaptat a l'heterogeneïtat dels grups.
3. Ajustar-se als interessos dels grups.
4. Estar dotat de claus pràctiques, fàcilment comprensibles i que fomenten en l'alumnat la sensació d'eficàcia.



Quarta fase: PRESENTAR I CONSENSUAR.

Es va convocar a tots els i les professionals d'Educació Especial inclosos en el procés a la presentació del taller. Diversos d'aquests centres van col·laborar directament analitzant i valorant el taller en general i les diferents possibilitats d'aplicació als centres.

Cinquena fase: MODIFICAR

Es van realitzar les modificacions oportunes d'acord amb les aportacions fetes pels professionals, i la totalitat del procés es va materialitzar en un taller elaborat en base a unes necessitats reals i sentides.

Sisena fase: I... OFERTAR!

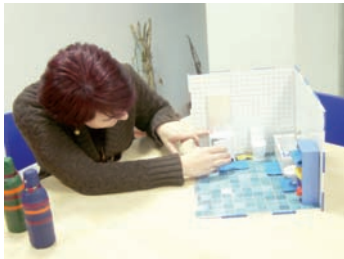
Avui, «Seguretat a la Llar. Necessitats educatives especials» és un taller la demanda del qual va en augment. Amés a més, els resultats que se n'han obtingut des de la seva execució han complert amb totes les expectatives que s'hi havien posat.

Valoracions de centres que van participar en el procés d'elaboració

Centre: IES Andra Mari de Galdakao. Biscaia Professora: Paula López Domínguez

- La utilització del suport informàtic el fa molt atractiu, ja que afavoreix la interacció.

- Treballar en el context natural on se succeeixen les accions (els perills de la cuina en una cuina real) facilita adquirir hàbits de seguretat. Quan no es pot fer en un espai real (cambra de bany) el fet de presentar una maqueta facilita que els alumnes s'acostin a la situació real.



- És un taller ben estructurat. Es treballen els perills des del portal fins a les diferents dependències de la llar. A més a més, se segueix la seqüència: primer detecten els perills i després es valora què cal fer en aquelles situacions.

- Les activitats s'han proposat des d'un punt de vista lúdic i afavoreixen la participació dels alumnes.

«Els nostres alumnes van quedar encantats amb el taller i se'ls va fer molt entretingut. Els va servir per recordar mesures de seguretat i evitar accidents a la llar, afermant l'objectiu general que es treballa a classe: adquirir hàbits de salut i seguretat».

Centre: Fundació Argia de Getxo. Biscaia Monitora: Itziar Bustingorri Azkorra

Em va semblar especialment interessant l'enquesta sobre les capacitats cognitives del nostre grup i la possibilitat d'adequar el taller a aquestes característiques.

Pel que fa al plantejament del taller, va ser especialment pràctic i útil perquè ens posava a tots i totes en situació de diferents accidents possibles. Em penso que aquesta fórmula ajuda molt a recordar aquells moments en què cal estar atents, dosifica la informació per donar temps d'assimilar-la i com que és repetitiva, va ser molt positiva per al nostre grup. Encara avui els alumnes recorden molta de la informació que se'ls va donar al taller.



Per acabar, agraïm que escoltessin les nostres necessitats a la reunió prèvia a la qual va acudir el meu company Javi. Estem molt contents amb el servei.



Centre: Aixerrota BHI de Getxo. Biscaia Professora: Jaione Eguskiza Mentxaka

- Procés d'elaboració.

El primer pas va ser una acollida sobre les nostres necessitats, en el nostre cas, l'alumnat de l'A.A.T (Aula d'Aprenentatge de Tasques). Un cop detectades, el mes de setembre els professors vam tenir una reunió on se'ns van presentar els continguts i materials disponibles.

El mes de febrer, concretament el dia 14, vaig anar amb l'alumnat de l'A.A.T. a realitzar el taller. La nostra valoració és molt positiva, ja que el tema era una de les nostres propostes i a més a més, el fet de conèixer prèviament com es desenvoluparia ens ha permès fer-ho al nostre espai educatiu.

- El resultat, per tant, ha estat efectiu i positiu, perquè s'ha convertit en una consecució del que havíem treballat a classe, amb materials més adequats dels que tenim.

- La posada en pràctica.

L'objectiu principal de l'A.A.T. és l'autonomia personal. La seguretat i evitar els perills són procediments bàsics per aconseguir l'autonomia. Per tot això, hem pogut posar en pràctica molts dels àmbits que treballem.

Autocura.

- Utilització correcta del bany.

- Utilització correcta dels utensilis i serveis de taula.

Habilitats de vida a la llar.

- Fer servir aparells i utensilis comuns a la llar, amb la finalitat de dur a terme diferents tasques domèstiques, prenent les mesures de seguretat oportunes.

Autodirecció

- Realitzar activitats adequades als llocs, condicions i interessos personals, respectant les persones, els materials i sense córrer riscos.

Salut i seguretat

- Conèixer i interpretar les nocions bàsiques sobre seguretat en general per poder evitar perills.

En el nostre cas, el taller ha estat molt adequat i funcional.

La Valoració de l'equip de Kontsumo Gelak

L'experiència del procés participatiu d'elaboració ha estat molt positiva per a l'equip tècnic de Kontsumo Gelak. La resposta dels grups al plantejament ha estat molt satisfactòria, i la seva experiència educativa en l'àmbit ha resultat molt enriquidora.

Després del procés, ens quedarem amb la satisfacció d'una labor ben feta, d'un taller que és al servei de la ciutadania i de la bona resposta que hem rebut per part dels col·lectius implicats.

Consumòpolis 2

Premi DOBLE

Amb alegria, la nostra comunitat autònoma ha rebut un primer premi en la Fase Nacional del Concurs Escolar 2006-2007, amb el joc Consumòpolis, que en aquesta segona edició s'ha projectat sota el lema «Consum responsable i qualitat de vida».

La característica principal d'aquest concurs és la seva modalitat via Internet, accessible des del portal del joc Consumòpolis, interactiu, en línia, i constituït per escenes de la vida quotidiana de la simbòlica ciutat del consum responsable, en els següents escenaris: la casa, l'escola, el carrer i anant a comprar.

Els objectius que es persegueixen en aquest joc són:



- > sensibilitzar l'alumnat de la importància que té realitzar un consum responsable i com conjugar-lo amb el benestar i la qualitat de vida;
- > sensibilitzar el professorat de la importància que té l'educació del consumidor des dels anys més primerencs de la nostra vida;
- > fomentar la participació dels centres educatius en activitats atractives i lúdiques relacionades amb l'educació del consumidor, mitjançant la interacció professor-alumne.

La filosofia del concurs s'insereix en el marc de conductes d'un consum responsable, seguint les pautes de les quatre C: conèixer, comprendre, comparar i consumir.

Un any més, una part representativa de l'alumnat extremeny ha participat al concurs escolar, que feia referència a qüestions de consum. L'alumnat que hi ha participat està matriculat a qualsevol centre públic, concertat o privat del territori regional i és d'algun dels tres nivells següents:

- Tercer Cicle d'Ensenyament Primari
- Primer Cicle d'Ensenyament Secundari Obligatori.
- Segon Cicle d'Ensenyament Secundari Obligatori.

El concurs s'ha realitzat en equips de cinc alumnes d'un mateix cicle, coordinats per un professor del cicle, i ha constatat de dues parts:

- 1a part: activitats del joc Consumòpolis 2.
- 2a part: elaboració d'un treball consistent en:
 - A) Campaña publicitària;
 - B) Memòria escrita sobre la participació al joc.

Així mateix, s'ha desenvolupat en dues fases:

- > Fase Autònoma
- > Fase nacional

A la nostra Comunitat Autònoma d'Extremadura es van registrar 32 equips i al concurs n'hi van participar 22:

- Un equip matriculat a tercer cicle de primària
- Un equip matriculat a tercer cicle d'E.S.O.
- 20 equips matriculats a segon cicle d'E.S.O.

Equips matriculats als següents centres educatius:

C. d' Educació Especial «Ntra. Sra. de las Cruces»	Don Benito
I.E.S. «Grabiél y Galán».....	Plasencia
I.E.S. «Perez Comendador».....	Plasencia
I.E.S. «Tamujal».....	Arroyo de San Serván
I.E.S. «Quintana de la Serena».....	Quintana de la Serena
Collegi «Claret».....	Don Benito

El guanyador de la Fase Autonòmica ha estat l'equip «Cóctel.com» del Col·legi Claret de Don Benito. L'equip guanyador comptava amb:



PROFESSOR COORDINADOR : ANTONIO CALATRAVA GUTIÉRREZ DE TENA

MEMBRES DE L'EQUIP:

- > M^a DEL CARMEN SÁNCHEZ PAREDES (XIKA_PELA)
- > BEATRIZ SÁNCHEZ MORILLO (BEATRIZ_EXTREM)
- > CRISTINA MUÑOZ SÁNCHEZ (CRIS_EXTE)
- > GOYA YE LIU (GOYA_MACHACA)
- > INMACULADA TAPIA DÍAZ-CALDERÓN (INMA_TDC)

El lliurament de premis es va realitzar el darrer dia 14 de juny de 2007 a Mèrida, de mans del Conseller de Sanitat i Consum, Guillermo Fernández Vara (actual President de la Junta d'Extremadura).

A l'acte es van convidar tots els equips participants, professors coordinadors dels equips i directors dels centres educatius on estaven matriculats els diversos equips, així com representants de la Conselleria d'Educació.



A finals de l'època estiuenca, concretament el 20 de setembre



El director del centre educatiu, el professor coordinador de l'equip i les alumnes que han format l'equip «Cóctel.Com», escolaritzades al Col·legi Claret de Don Benito, de la nostra Comunitat Autònoma d'Extremadura, van rebre de mans de Ses Alteses Reials, els Prínceps d'Astúries, el premi com a guanyadores en la Fase Nacional a nivell de Segon Cicle d'E.S.O del concurs Consumòpolis 2.

El premi va consistir en un ordinador portàtil per a cadascuna de les integrants de l'equip i un diploma. D'altra banda, l'escola va rebre un premi en metàl·lic de 2.000 euros i un diploma acreditatiu.

Per a tot això, es van haver de desplaçar a Madrid, on es va realitzar l'acte del certamen amb el lliurament dels premis, juntament amb els guanyadors d'altres nivells, que van ser:

- > de Tercer Cicle d'Ensenyament Primari, l'equip Los Frykys, de la de la Comunitat Autònoma de Madrid;
- > de Primer Cicle d'E.S.O., l'equip Reciclones, de la Comunitat Autònoma de Galícia.

Des d'aquí, volem tornar a felicitar el nostre equip participant, DOBLEMENT PREMIAT, que representant la Comunitat Autònoma d'Extremadura a la Fase Nacional del Concurs, ha aconseguit el Primer Premi del nivell de Segon Cicle d'E.S.O.



ENHORABONA!



Per María Carmen Agudo Ballesteros

Exercir la creativitat per desenvolupar la responsabilitat

Confrontats amb la possibilitat de desenvolupar treballs sobre un consum responsable, grups d'alumnes d'entre deu i quinze anys són capaços de produir missatges prudents i plens de convicció respecte els riscos d'un consum compulsiu.

Els escolars de qualsevol centre d'Espanya han anat tenint durant els últims anys l'oportunitat de participar en un concurs escolar que proposa l'Institut Nacional del Consum amb la col·laboració de les comunitats autònomes. La proposta per al curs 2007-2008 ha plantejat un joc interactiu com a primera part del concurs i la realització, un cop superat el joc, d'un treball en equip que consisteix en el disseny d'una campanya publicitària que fomenti valors de consum responsable. La segona tasca és la de jutjar i premiar, que corresponia a cada comunitat autònoma.

Aquesta ressenya descriu alguns aspectes dels treballs que els alumnes de centres de la Comunitat de Madrid van presentar, la fase autonòmica dels quals ha organitzat la Direcció General de Consum d'aquesta comunitat, que n'ha extret algunes conclusions.

La proposta explícita del concurs és sensibilitzar els alumnes de tercer cicle de Primària i dels cicles primer i segon de Secundària sobre la importància que té consumir d'una forma responsable, que sigui compatible amb el benestar i la qualitat de vida per a si mateixos i per al seu entorn. Tanmateix, implícitament vinculat aquesta proposta, el concurs afavoreix el desenvolupament de competències relacionades amb la creativitat, la investigació i l'expressió. Els grups, tal i com afirmen els seus components en les memòries que acompanyen els treballs (és clar que sota una expressió més ingènua), són impulsats a esforçar-se en les seves competències lingüístiques, de tractament de la informació, culturals i artístiques, d'autonomia i, sobretot, de coneixement social i ciutadà.

És ben cert que la resolució de tots els elements que planteja una campanya publicitària com la que es demana -que en el món de la comunicació real hauria de suposar-se que l'emetria una institució- implica la imaginació, la formulació i la posterior concreció de tasques. Tot això afavoreix que els nois i noies participants, i en certa manera el professor coordinador del grup, a més a més d'aprofundir en la seva cultura sobre consum, exercitin i desenvolupin diverses habilitats i recorrin als seus coneixements previs i experiències.

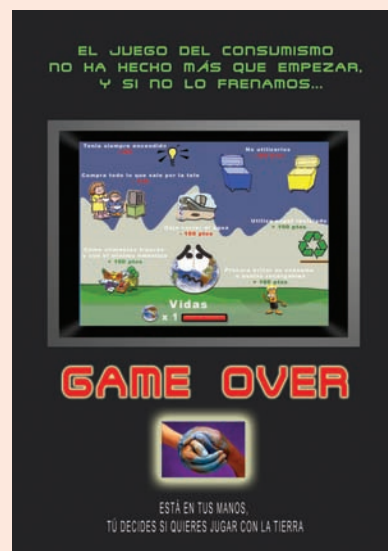
Quins treballs han presentat, doncs, els alumnes que hi han participat? Quin n'ha estat el contingut? Doncs tots ells (almenys així ha succeït entre els que s'han presentat a la Comunitat de Madrid) han expressat una rotunda orientació respecte a dues qüestions: un rebuig obert envers les actituds de consum compulsiu i una decidida voluntat per preservar el medi natural o social. Potser es podrà considerar que aquestes actituds són en certa manera excessives i que queden un xic descentrades del motiu principal del concurs -sens dubte, els treballs s'han concretat sota un cert esquematisme-, però aquesta és la realitat que ha preocupat els joves participants que, en essència, és responsable i crítica.



Així, doncs, el grup guanyador del segon cicle d'Educació Secundària, Tercer C, de l'I.E.S. Gran Capitán, de Madrid, s'ha centrat en la idea de presentar el consum irresponsable i innecessari com una malaltia, la *Consumitis*, produïda per la reiterada realització d'actes de compra compulsius i innecessaris, els símptomes principals de la qual són l'ansietat, l'estrès i l'insomni. El seu contundent eslògan és: «No deixis que t'enganxi l'epidèmia de consumitis!!».

Els guanyadors del primer cicle de Secundària, el grup *Punteros GC*, també de l'I.E.S. Gran Capitán, presenta una campanya impactant i dura, una tècnica que en el món de la publicitat real podria

ser molt efectiva però també subjecta al risc de produir efectes oposats als buscats. El que sí que és cert és que adverteixen de la possibilitat d'un desastre, en cas de no canviar els hàbits de consum predominants per d'altres més autolimitats i austers. El motiu conductor de la seva Campanya és explícit: «Consumisme... T'apuntes a la destrucció?»



El guanyador del tercer cicle de Primària va ser el grup *Los Frikys*, del CEIP El Sol, de Madrid. La seva campanya girava al voltant de la frase: «Consumir sense control et consumeix», eloqüentment il·lustrada per un ciutadà que somica davant d'una factura interminable més gran que ell i, previsiblement, davant la seva capacitat per satisfer-la. El tríptic i el missatge que desenvolupa tota la campanya descriuen els excessos de consum en què incorren tants ciutadans; n'adverteix les conseqüències habituals i finalment fa unes propostes de saludable prudència. Aquest treball tenia alguna cosa que el va fer mereixedor del primer premi de la fase nacional, que els fou entregat als nois, juntament als guanyadors de les altres categories -*Reciclones* de l'I.E.S. O Couto de Galícia i *Cóctel.com* del col·legi C. Claret d'Extremadura- en un acte presidit per Ses Alteses Reials, els Prínceps d'Astúries.

Són poc més que nens. Són adolescents. Però situats davant d'un moment de reflexió respecte el consum, evidentment, amb la molt valuosa ajuda d'un professor inquiet, produeixen un bé inestimable: la comprensió i la producció de bones idees.

> **Concursos.** Comunicació de concursos relacionats amb l'educació per al consum.

> **Agenda.** S'hi publica tot tipus d'esdeveniments que organitzi qualsevol institució pública o privada, relacionats amb la formació dels consumidors i usuaris.

> **Legislació.** S'hi exposa, d'una manera comprensible, la normativa bàsica més rellevant en matèria de consum sobre aspectes que preocupen als joves.

> **Revista electrònica «educonsumo.es».** Revista digital d'educació de valors. Algunes seccions aniran canviant segons les propostes i demandes dels lectors. En l'actualitat, el sumari conté articles sobre el joc o les joguines, les experiències dels centres, les opinions d'alguns joves, comentaris del web de l'Institut Nacional del Consum, debat escolar o familiar sobre l'habitatge del futur, algunes notícies publicades als diaris digitals més importants i treballs que hagin enviat els escolars.

> **Apunta-t'hi.** Pots inscriure't a la llista de distribució per rebre notificacions de novetats.

L'inici d'aquesta marxa fa imaginar noves possibilitats d'ampliar l'acció divulgadora, essent l'**Escola Aragonesa de Consum** el motor de projectes de futur interessants. El seu suport tecnològic la converteix en una eina que es pot utilitzar a les aules i a casa, perquè implica a docents i famílies. Contempla l'educació del consumidor de manera integral i integradora, juntament amb la resta de transversals, especialment amb salut i medi ambient, i amb l'educació per a la ciutadania.

No s'ha d'oblidar que, estant en la xarxa de xarxes i no tenint cap tipus de restriccions per que fa al seu ús, els formadors i consumidors en poden fer ús des de qualsevol indret d'Espanya i del món.

«Visita el portal a www.catedu.es/consumo, envia'ns els teus suggeriments i ajuda'ns a difondre'ls entre els teus contactes. I, sobretot, aprofita per asseure't amb els teus fills, alumnes o amics davant l'ordinador per descobrir que, a través d'aquesta ESCOLA, la tecnologia també és útil per posar en pràctica i rescatar els millors valors dels consumidors responsables.»

Salvador Berlanga Quintero
 Coordinador de l'Escola Aragonesa de Consum
consumo@educa.aragon.es



L'**Escola Aragonesa de Consum** es desenvolupa dins la infraestructura i mitjans del CATEDU, que va ser creat per acord entre els Departaments d'Educació, Cultura i Esports, de Ciència, Tecnologia i Universitat, la Universitat de Saragossa i l'Ajuntament d'Alcorisa, localitat de Terol, on té la seu. Assumeix, entre d'altres funcions, promoure la generació de continguts associats als currículums dels diferents nivells educatius, gestionar continguts i serveis com és el cas d'aquesta Escola Aragonesa de Consum i, a més a més, ofereix suport, ajuda i orientació a tots els docents aragonesos que empren les TIC a les aules.

Tallers de Consum

El Col·legi Entrevallés és una petita escola d'Educació Infantil i Primària situada a la localitat de San Pedro de Ceque, entre les Valls del Tera i de Vidriales, a la província de Zamora.

Durant el curs passat, l'alumnat d'aquesta escola va experimentar una aproximació al món del consum de la mà de la monitora dels tallers, l'Ana Isabel Fernández.

Els alumnes d'Infantil i de 1r de Primària van participar al taller «Colors i Sabors», que consistia a sentir les olors i els sabors que es poden afegir als aliments industrials. Allò que els va impactar més va ser quan vam afegir diversos colorants als recipients que prèviament havíem omplert de iogurt natural, perquè van poder comprovar com en fan d'atractiu l'aliment.

Com a anècdota, apuntarem que els alumnes de 1r van començar a llegir la composició dels «snacks» que duïen al pati a partir d'aquell dia, i rebutjaven els que posava que contenien colorants.

ELS COLORS I SABORS QUE ENS AGRADEN

OBJECTIUS

- Conèixer quins són els additius artificials als aliments.
- Utilitzar additius artificials per experimentar com transformen els aliments.
- Valorar, de forma positiva, el consum d'aliments naturals.

CONTINGUTS

- Additius: Utilització de colorants i saboritzants.
- Composició de les llaaminadures.
- Aliments naturals.

Al 2n curs de Primària es va desenvolupar el taller de «Seguretat infantil», on es repassen els perills més freqüents a què s'exposen els nens per poder-los evitar. Van destacar els perills que es troben a casa nostra mateix, sobretot a la cuina.



TALLERES DE CONSUMO

EN EL TALLER "COLORES Y SABORES" QUE HICIMOS LOS DE INFANTIL Y LOS DE 1º DE PRIMARIA VIMOS LOS COLORANTES QUE SE LE AÑADEN A LOS ALIMENTOS Y LOS AROMAS. ANA, LA MONITORA, NOS DIO COLORANTES PARA ECCHAR EN YOGUR.

En el taller de Seguridad Infantil que hicimos los de 2º de Primaria Ana nos dio muchas cosas para que no tengamos accidentes.

Aquí van algunos consejos:



No dejar las escopetas al alcance de los niños.



NO PONER EL MANICO PARA AFUERA EN LA COCINA.

NO poner enchufes Bajos.

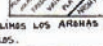


NO DEJAR LA PUERTA ABIERTA DONDE ESTAN LOS PRODUCTOS DE LIMPIEZA

COLORES



COLORES



TAMBIÉN OLIMOS LOS AROMAS PARA ADVINARLOS.

Los de 3º de Primaria hicimos con Ana Isabel Fernández el taller de consumo "Seguridad". Aprendimos a mirar bien los juguetes antes de comprarlos para ver si son adecuados. Nos enseñó a hacer marionetas con una bobada de papel, papel, pinturas, pegamento y tijeras.

Mirela César

SEGURETAT INFANTIL

OBJECTIUS

- Ser conscients de les situacions de risc amb què es poden trobar en l'entorn habitual, identificant-ne els possibles perills i els accidents que s'hi poden ocasionar.
- Adquirir algunes nocions bàsiques de prevenció d'accidents i actuar amb precaució en possibles situacions de risc que en derivin.
- Conèixer els símbols i pictogrames que adverteixen de la perillositat de productes i llocs.

CONTINGUTS

- Causes i conseqüències dels accidents quotidians.
- Pautes de conducta segures.
- Productes tòxics a la llar.
- Símbols i pictogrames de seguretat.

El Taller de «Jocs i joguines» anava dirigit als alumnes de 3r de Primària i consistia a reflexionar sobre les joguines i les seves característiques, per poder escollir-ne les més adequades i les que ens entretenen més. A més a més, van descobrir les possibilitats de crear les seves pròpies joguines amb materials senzills al seu abast. Les «estrelles» d'aquest taller van ser, sense cap mena de dubte, els titelles que van fer a partir de bosses de paper.



JOC I JOGUINES

OBJECTIUS

- Desenvolupar actituds no consumistes envers la compra de joguines. Influència de la publicitat.
- Afavorir la reutilització, el reciclatge i la construcció de joguines.
- Ser conscient que es pot jugar sense joguines.

CONTINGUTS

- La publicitat i compra de joguines.
- Reciclatge, reutilització i fabricació de joguines.
- Satisfacció i diversió en el joc sense joguines.



El Taller dirigit als alumnes més grans de l'escola es dedicava a la «Publicitat». Va tenir molta participació dels alumnes ja que fomentava la reflexió crítica dels anuncis, distingint-ne la realitat de la ficció. Els alumnes van tenir ocasió de repassar els anuncis dirigits a ells a la televisió i van arribar a la conclusió que, encara que no menteixen, presenten les coses de manera maquillada i, per tant, pretenen incitar al consum. A l'alumnat li va quedar clar que no s'ha que deixar endur per la publicitat i que s'ha que pensar abans de realitzar les compres, perquè així després no ens desil·lusionem si el producte no respon a les expectatives prèvies a veure la propaganda.



ESTUDI I ANÀLISI DE LA PUBLICITAT

OBJECTIUS

- Conèixer els objectius de la publicitat, les seves característiques principals i elements.
- Conèixer els suports publicitaris.
- Valorar críticament els missatges publicitaris i el consum de productes que s'hi associen.
- Ser conscients dels rols socials que transmet la publicitat i ajudar a fer-ne una crítica real.

CONTINGUTS

- Característiques i elements de la publicitat televisiva.
 - La vulnerabilitat del consumidor davant la publicitat.
 - La resposta del consumidor responsable davant la publicitat.
 - Un cop realitzats els tallers a les diferents aules, els alumnes (en dies posteriors) van escriure diferents articles per al nostre diari escolar «El Garabito». Van sortir publicats en el número 5, corresponent al mes de desembre de 2006.
- (corresponen a les il·lustracions de cada taller).

Taller de consumo los anuncios

- Nosotras nos dejamos llevar por los anuncios, entonces lo que hay que hacer es:

- Al ver un anuncio no decir: (que se trate de comprar algo)- A la que guay me lo voy a comprar (Me refiero a Barbies, peluches que caminan,...)
- Tenemos que pensar, porque puede que cuando veamos algo, pueden decir que huee y todo eso y luego no pasa nada, (No te mienten pero hacen trucos).
- Entonces para ver si es verdad se va a una tienda que te muestren lo que hacen los juguetes, bueno, "lo que te dicen que hacen" y si nos gusta lo compramos y si no pues no se compra.

Con esto es he querido decir: demostrar que los anuncios solo quieren incitar a comprar todo lo que ves en la tele, en revistas...

Alumnos de 4º, 5º y 6º de Primaria.

Un projecte científic amb significat a l'I.E.S. Virgen de Vico

Tots coneixem la importància de l'aigua per a la vida a la Terra. L'home, com a ésser viu, no escapa de la necessitat de disposar d'aigua no només com a font de salut, sinó també com a recurs indispensable per a activitats de la vida quotidiana: rentar, cuinar, regar, etc. El canvi climàtic del qual estem essent protagonistes i l'augment de la demanda d'aigua en els nostres modes de vida estan fent perillar la disponibilitat d'aquest recurs al nostre planeta.

El nostre enclavament

La Rioja és una terra privilegiada pel que fa a la disponibilitat d'aigua: el riu Ebre solca la comunitat d'oest a est i com a frontera natural; set valls recorregudes per set rius dibuixen paisatges únics amb una biodiversitat que fan d'aquesta terra un lloc privilegiat. És responsabilitat de tots mantenir i respectar aquesta riquesa amb els nostres usos i actituds.

A l'I.E.S. Virgen de Vico som conscients d'aquesta realitat i per això vam decidir d'emprendre un camí pedagògic basat en l'experimentació i adquisició de bons hàbits de consum. L'oportunitat va arribar de la mà d'un programa internacional d'estudis globals en benefici del medi ambient: el programa «GLOBE».



Quins motius ens van dur a realitzar estudis hidrològics?

L'escassetat de l'aigua, cada cop més palesa, i la seva mala qualitat a causa de les pràctiques humanes ens van fer plantejar el següent: «**alumnes experimentats en la físico-química de l'aigua i de l'atmosfera, adults responsables en la seva utilització**». I quina millor manera de conèixer l'aigua, que acostar-nos al riu que acompanya la vida en aquesta vall: el riu Cidacos!



Durant el curs 2006-07, alguns alumnes de l'I.E.S. Virgen de Vico han estat prenent mostres del riu Cidacos i fent-ne anàlisis físico-químiques de la qualitat: pH, temperatura, transparència, oxigen dissolt, alcalinitat i nitrats. L'anàlisi de la variació d'aquests paràmetres va associat als canvis mediambientals i a les intervencions humanes que van succeint-se al llarg de l'any: pluges, desgel, activitats agrícoles, vessaments tòxics, etc., que influeixen en la qualitat de l'aigua del riu Cidacos, riu que proporciona aigua de rec als seus horts, aigua de boca per a algunes poblacions de la vall i un excel·lent lloc per a l'oci i l'esport.



Per què fer estudis climàtics?

Una vall que cada any anuncia la primavera amb una floració d'ametllers difícilment superable a cap altre lloc, que els darrers anys s'ha avançat un mes o que, com va passar l'hivern passat, presentava ametllers en flor en aquesta època de l'any, ens fa pensar en un canvi climàtic real i palpable.

L'estudi a l'aula dels factors que afecten el canvi climàtic i la presa de dades experimental que els alumnes de l'institut realitzen diàriament a l'estació meteorològica del nostre centre ens estan ajudant a adoptar conductes de consum energètic responsables: apagar els llums innecessaris, tancar finestres quan la calefacció és encesa, acostar-nos caminant a l'institut... Aquests petits canvis en el comportament dels nostres alumnes són grans aportacions en la disminució de l'efecte hivernacle i, per tant, dignes de ser copiats.

DATOS DE REFERENCIA en el estudio Hidrológico	
Oxígeno disuelto	
A 25°C la solubilidad es de 8,3mg/l A 4°C la solubilidad es de 13,1 mg/l Concentraciones inferiores a 3mg/l ejercen elevada presión sobre los organismos acuáticos.	
pH	
pH menor que 7.....exceso de ácidos pH mayor que 7.....exceso de cal Lluvia natural sin contaminantes: pH= 4-5 Agua sin impurezas y sin contacto con el aire: pH= 7 *La mayoría de los insectos, anfibios y peces no viven a pH menor que 4.*	
Conductividad eléctrica	
Usos agrícolas.....menor de 1500-1800 uS/cm Usos domésticos... menor de 750 uS/cm Nieve pura...50uS/cm *El agua pura es pobre conductora de la electricidad. A mayor impurezas en el agua, mayor conductividad.* TDS (ppm) = uS/cm x 0,67	
Alcalinidad	
Medida de la resistencia del agua a reducciones de pH cuando se añaden ácidos. Los ácidos provienen generalmente de la lluvia, la nieve y el suelo. La alcalinidad se genera a medida que el agua disuelve las rocas que contienen CaCO3 (piedra caliza ó calcita) Baja alcalinidad: Por debajo de 100mg/l (suele darse en primavera por deshielo) y por tanto también suele bajar el pH.	
Nitratos	
Aguas naturales.....menor de 1mg/l de N-nitrato. En algunas zonas se observan niveles mayores de 10mg/l (Abonado agrícola). Las principales fuentes de nitrógeno: Lluvia, nieve, deposición seca, sedimentos, escorrentía agrícola... Niveles elevados de nitratos pueden producir eutrofización.	



Un servei a la comunitat

Els alumnes de l'I.E.S. Virgen de Vico van plasmar en un calendari de taula, realitzat en la matèria d'Imatge i So, les seves experiències a Globe, el seu acostament a la naturalesa i la seva aportació a la comunitat.

D'altra banda, la disponibilitat d'un servidor al nostre institut permet informar de totes les dades climàtiques i hidrològiques recollides al llarg del curs a tothom qui ho vulgui a través d'Internet (www.iesvirgendevico.org/globe).



El futur del nostre planeta estarà en mans dels nostres alumnes i només formant-los en la cura i respecte del medi ambient i en l'ús i consum responsable dels recursos ens donarà l'oportunitat de reparar el dany ecològic que li hem fet.

Rosario Urroz Jaurrieta,
Professora de Biologia i Geologia

Qualitat i Consum Responsable dues dimensions d'un mateix objectiu transversal

En el disseny d'actuacions formatives i informatives dirigides a la població amb la finalitat de promoure pautes, hàbits i actituds de consum responsable hem d'abordar de manera transversal diverses àrees de coneixement relacionades amb múltiples polítiques públiques.

La dimensió de consum responsable implica moltes àrees i molts sectors: el de la seguretat i qualitat dels productes, la política agrària, ramadera i pesquera, la promoció d'hàbits saludables, els sectors industrials i de distribució, l'impacte mediambiental, el model energètic, les relacions comercials i de competència, els serveis i la seva regulació, etc.

Des de diverses institucions públiques i privades es promouen múltiples campanyes informatives, projectes formatius, jornades tècniques o tallers relacionats amb l'educació dels ciutadans en el consum racional i responsable, però tots ells des de la perspectiva del seu camp d'actuació o competència, quan la finalitat bàsica és la mateixa.

Per a una major eficàcia i eficiència d'aquestes actuacions, per tal de no duplicar esforços i optimitzar els recursos, cal fer un gran esforç de coordinació entre diferents administracions: sanitat, agricultura, medi ambient, transports, comerç, administració educativa, etc. Tot i així, a la vegada, cal que les diferents àrees de competència d'una mateixa administració es coordinin en aquest tipus de projectes que tenen caràcter transversal i s'han d'abordar en tota la seva interdisciplinarietat.

L'educació del consumidor és educació ciutadana sense distinció d'edat, ni tampoc de professió o posició al mercat. Hem d'abarcari i vincular tots els agents que intervenen directament o indirecta en tot el procés productiu i en les relacions de transacció.

L'educació del consumidor o educació ciutadana en el consum responsable està molt relacionada amb el coneixement dels productes i serveis que s'oferten al mercat. Primerament, per adquirir-los en condicions de màxima seguretat i, seguidament, perquè compleixin amb la seva finalitat, funcionalitat, origen, qualitat... És a dir, que es respectin els interessos econòmics dels consumidors, que existeixi una informació transparent, objectiva i certa d'allò que adquirim.

A més a més de tot això, el consumidor o ciutadà pot exigir nous atributs (culturals, ètics, socials o ecològics) que podrien configurar aquesta qualitat addicional, comprant i dipositant la seva confiança en aquells productes o serveis, en aquelles marques o distribuïdors que incorporen ingredients o processos de respecte envers el medi ambient, que elaboren els seus productes mitjançant mètodes tradicionals, que promouen l'agricultura ecològica o el comerç just, o simplement que inverteixen en desenvolupament sostenible, estalvi energètic, etc.

Des d'aquesta perspectiva de l'educació del consumidor hem de plantejar-nos incorporar la qualitat en els programes formatius orientats al consum responsable i incorporar els diferents agents que intervenen en el mercat, com a públic objectiu de les nostres accions.

Diguem, per exemple, que dissenyem una campanya sobre el consum responsable de productes càrnics, des d'un punt de vista integral i d'interès per al moment de la capacitat d'elecció dels ciutadans. En aquesta campanya hauríem d'abordar les pràctiques ramaderes; l'alimentació o el benestar animal; els aspectes higiènics i sanitaris; el transport dels animals fins a l'escorxador i el recorregut posterior cap a les sales d'especejament o carnisseries; les propietats nutritives; la presentació, qualitat, conservació i etiquetatge; la gestió i el tractament dels residus; l'aprofitament energètic vinculat a la biomassa; el compliment de normatives UNE o normes ISO, etc.

SUSTAINABLE ENERGY EUROPE
2005-2008

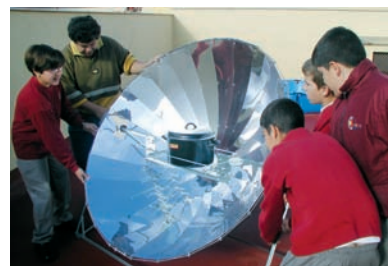


Així mateix, aquesta campanya s'ha de dirigir no només al consumidor, sinó també als ramaders, transportistes, personal dels escorxadors, carnisers... És a dir, a tots els agents que intervenen en el procés de producció i traçabilitat dels productes càrnics, des del punt de vista del foment de la qualitat, la competitivitat i d'un mercat responsable que incorpori els drets, interessos i demandes dels consumidors.

Durant aquest curs escolar, al **Centre Insular de Qualitat i Consum Responsable** del Cabildo de Tenerife hem coordinat els continguts de les activitats educatives i incorporat a la nostra oferta formativa i de tallers els recursos didàctics i divulgadors de diverses àrees de la nostra Corporació.

Dins l'**Àrea de Consum Responsable, Medi ambient i Canvi Climàtic** estem duent a terme un programa relacionat amb l'estalvi energètic i les energies renovables, amb el suport i col·laboració de l'Agència Insular de l'Energia de Tenerife i el Programa de la Direcció General d'Energia i Transports de la Comissió Europea: «**Energia Sostenible per a Europa**».

Dins d'aquest programa, s'aborda la importància de l'energia i les seves fonts, amb els seus avantatges i inconvenients, el model energètic de Canàries, el funcionament pràctic de l'energia, el consum i estalvi d'energia en la vida quotidiana, en un treball conjunt amb pares, alumnes i professors.



Per a la demostració pràctica del funcionament d'algunes energies renovables es duen a terme els següents tallers:

> **Taller d'energia eòlica (Molí de Vent)**

El procés de construcció d'un molí de vent tipus Savonius serveix de base per explicar als alumnes com s'utilitza l'energia del vent per generar energia elèctrica. Per a la seva construcció, s'utilitzen materials reciclats. Un cop finalitzat el molí, es comprova l'efecte que el vent hi té i la velocitat a què pot arribar. Aquest taller es complementa amb l'elaboració d'una mànega de vent on es comproven la intensitat i la direcció del vent.

> **Taller d'energia fotovoltaica (Barquetes solars)**

Els alumnes munten de forma senzilla una barqueta solar. Damunt la barqueta, feta de materials reciclats, muntaran una petita placa fotovoltaica que alimenta un motor que fa girar una hèlix. Es comprova com, en posar-los al sol, les barquetes es desplacen per l'aigua d'una petita piscina amb l'impuls de l'hèlix. Durant el muntatge del sistema fotovoltaic, s'explica el funcionament d'una placa fotovoltaica, el concepte d'electricitat, transport d'energia i transformació energètica.

> **Taller d'energia solar tèrmica (Cuina Solar)**

Amb la cuina colar K-Sol 14, els infants comproven la concentració d'escalfor sobre un calder fins a arribar a temperatures que ens permeten cuinar i escalfar aigua. Així mateix, treballen l'orientació correcta de la cuina per obtenir-ne un rendiment màxim.

Els tallers d'energia solar es complementen amb la recàrrega de piles través de generadors d'energia renovable.

En l'**Àrea d'Alimentació i Productes Alimentaris** estem duent a terme un programa educatiu, amb el suport i col·laboració de la Fundació Tenerife Rural, el Centre per a la Conservació de la Biodiversitat Agrícola, MercaTenerife i la Casa de la Miel.

Aquest programa aborda diferents continguts i activitats pràctiques d'interès per al sector comercial i per al consumidor, i se centra en aspectes com ara la producció, distribució, presentació, publicitat, etiquetatge, nutrició, traçabilitat i higiene, normatives de seguretat i qualitat, valorització dels productes locals i rurals de Tenerife, etc.

Alguns dels tallers que hem incorporat durant aquest curs escolar en aquest programa són els següents:

> **Consum de Mels de Tenerife**

En aquest taller, els alumnes comproven i verifiquen tot el procés productiu de la mel, des de la pol·linització, passant pel rusc, la recol·lecció, el trasllat a la Casa de la Miel, la conservació i les bresques, el procés de centrifugat, envasat, controls de qualitat, etiquetatge i presentació. Així mateix, es fan proves de gust i d'olor per identificar la procedència de les diferents mels (de muntanya, mitjanja o costa), si és multifloral o monofloral, etc.

> **Productes rurals i biodiversitat agrícola a l'Illa de Tenerife**

En aquest taller es treballen tots els aspectes relacionats amb els cultius agrícoles tradicionals de Tenerife, la seva biodiversitat, valorització i propietats nutritives i culinàries, amb productes com ara el *gofio*, els *mojos* i les patates negres.

Es dissabte... què fem?

Un taller sobre la gestió de l'oci.

«És dissabte...què fem?» Aquest és el nom del nou taller que l'Escola del Consum de Catalunya ofereix als alumnes de secundària entorn a la gestió de l'oci.

«**És dissabte ... què fem?**» és una pregunta que possiblement molts joves es fan en el seu temps lliure i reflexa un moment en el què els joves han de prendre decisions considerant diversitat d'elements. Per exemple, decidir anar al cinema suposa:

- > **relacionar unes persones i uns gustos:** Hi vaig amb els amics o amb la família? I si algú ja ha vist la pel·lícula? I si hi ha algú que no li agrada aquesta pel·lícula?
- > **un temps:** Quin és l'horari en que es projecta? De quin temps disposem?
- > **uns diners:** Quan costa l'entrada? Quina disponibilitat de diners tenim?
- > **uns drets i deures:** Puc deixar el mòbil encès? Què puc fer si la projecció de la pel·lícula no és l'adequada?



Així, doncs, l'elecció de què fer un dissabte a la tarda es converteix en un espai on entren en joc les preferències i característiques dels **amics**, la diversitat d'**activitats** que ofereix el mercat, la disponibilitat de **temps** i de **diners**, i el coneixement dels **drets i deures** com a persones consumidores. Incloure tots aquests elements al taller, fa concebre la gestió de l'oci com un fenomen complex.

Les decisions són l'eix vertebrador del taller, alhora que estructuraren i donen identitat a l'activitat. A partir de la simulació de contextos quotidians, l'alumnat ha de prendre decisions considerant simultàniament la diversitat d'elements. Per afavorir la capacitat de presa de decisions, el taller treballa tres eixos metodològics que són: el treball cooperatiu, la diversitat de llenguatges i l'atzar.

> El treball cooperatiu permet establir un diàleg entre les preferències individuals i les del grup per d'establir estratègies en què tothom hi surti beneficiat. Es realitzen les activitats en grups de 3 o 5 persones de manera que s'han de posar d'acord en totes les decisions que es plantegen. Això permet fer la similitud amb les decisions col·lectives que es prenen amb els amics a l'hora de planejar una tarda.

> La diversitat de llenguatges dóna escenaris a l'alumnat per expressar i representar la seva identitat i regular la construcció d'estils de vida. En aquest cas, el llenguatge musical permet representar una tarda d'oci i crear contextos estimuladors per a l'alumnat que afavoreixen l'expressió d'opinions i d'emocions.

> L'atzar reflecteix la incertesa i la indeterminació en el temps lliure i s'inclou en la dinàmica del taller mitjançant jocs d'atzar, com les cartes, les ruletes o els daus. Això permet reflectir com en la planificació d'una tarda i entrena en joc els imprevistos per exemple que s'anul·la l'espectacle que vols anar a veure, que l'amic amb qui volies quedar té un examen o que se t'espatlla la moto i l'has de dur a arreglar.

La gestió de l'oci és un fenomen quotidià i proper a l'alumnat que es presenta com a una oportunitat per afavorir l'elaboració d'estratègies de les diferents maneres de pensar, actuar i sentir. Amb aquestes l'alumnat s'haurà de moure dins d'una societat que cada dia planteja nous reptes, en la que s'han de prendre noves decisions i en la que sempre hi ha un cert grau de incertesa.

Maia Querol i Genina Calafell
Educatora de l'Escola del Consum de Catalunya

Quin és el perfil professional d'un educador o d'una educadora del consum?

És una persona experta en legislació? Una gestora de grups? És mestre? Tot i que existeix un ampli col·lectiu de persones que ens dediquem a la tasca d'educar el consum, el nostre perfil professional és molt divers, tant des del punt de vista de la formació inicial com de la seva formació permanent. En el col·lectiu de persones que ens dediquem a l'educació del consum conflueixen perfils educatius com mestres, educadors socials, pedagogs, i perfils tècnics com llicenciats en àrees socials o científiques.



i en determinats contextos competències culturals. Cadascuna d'aquestes competències respon a uns sabers específics:

- > La competència tècnica respon a saber el què? És a dir els continguts bàsics de l'educació del consum.
- > Les competències metodològiques responen a saber fer? Per tant, fan referència a aspectes relacionats a la gestió didàctica dels contextos educatius.
- > La competència social ens situa davant de saber estar. Fa referència a la possibilitat de treballar en grup per assolir els millors resultats de l'acció educativa.
- > La competència personal ens porta al saber ser i fa referència a la pròpia identitat i com aquesta mostra a l'educador/a com un model.
- > Per últim, la competència cultural respon a saber canviar en funció de l'entorn cultural. Aquesta competència es fa necessària en determinats contextos on l'educació del consum és una eina per treballar la interculturalitat.

Centrarem la nostra reflexió en les competències tècniques que hauria de tenir una persona que es dedica a l'educació del consum. Aquesta formació té diversitat de dimensions: la legislativa, la pedagògica, la psicològica i la cultural.

- > La dimensió legislativa ens porta a conèixer aquells aspectes legals que regulen els actes de consum. Això significa conèixer els drets i deures del consumidor, la legislació que regula la



publicitat, els procediments a seguir a l'hora de fer una reclamació, la normativa dels establiments o l'etiquetatge dels productes, per citar alguns exemples. Donada l'especificitat i la variabilitat d'aquest camp es fa important un reciclatge

permanent i una connexió directa i accessible amb persones especialitzades.

- > La dimensió pedagògica ha de donar un coixí de sabers sobre els elements curriculars. Així serà determinant conèixer les especificitats dels elements conceptuals que conformen un currículum (objectius, competències, continguts...) i dels models de disseny i gestió dels contextos educatius.



- > La perspectiva psicològica aporta un coneixement profund sobre la comprensió dels processos d'ensenyament-aprenentatge. Permet dotar l'activitat diària d'un fonament

sòlid que facilita no només realitzar la tasca diària sinó justificar-la sòlidament davant d'altres col·lectius vinculats al consum.

- > Per últim, la perspectiva cultural comporta una reflexió profunda sobre les finalitats últimes de l'educació del consum. Es construeix a partir d'una reflexió sobre la nostra societat i sobre el model de ciutadania que es vol formar. Comporta,



com a conseqüència última, entendre que l'educació del consum és una eina potent de formació de les persones i per tant s'ha de fonamentar en un model de ciutadania que es mostri coherent en cadascuna de les situacions educatives que es portin a terme.

Comencem a veure, per tant, que el perfil professional de la persona que es dedica a l'educació del consum és necessàriament complex i s'ha d'entendre des d'una perspectiva multidimensional. A partir d'aquest nombre de la revista Xarxa, l'equip educatiu de l'Escola del Consum de Catalunya comença una sèrie d'articles en la què es vol aprofundir en la definició del perfil de la persona educadora en consum, amb la finalitat de crear un espai de debat públic que ens ajudi a avançar com a col·lectiu.

Yesica Peregrina
Escola del Consum de Catalunya

Consumòpolis 2: Consum Responsable i Qualitat de Vida

Lliurament dels premis als guanyadors del concurs escolar el darrer mes d'abril de 2007

La selecció dels equips guanyadors del concurs es va realitzar entre tots els participants en les tres categories existents (tercer cicle d'educació primària, i primer i segon cicle d'educació secundària obligatòria), per un jurat creat a tal efecte i regulat segons les bases del concurs aprovades mitjançant Ordre de 15 de març de 2007, de la Conselleria de Turisme, Comerç i Consum, per la qual es convoca el concurs escolar sobre consum responsable i qualitat de vida «CONSUMÒPOLIS 2» (BORM de 31/0307).

El concurs va constar de dues fases, una primera fase en línia, de dues parts, una de pedagògica i una altra de lúdica, i d'una segona fase, que consistia en l'elaboració d'una campanya publicitària que fomentés els valors de consum responsable.

Per a la valoració de la campanya publicitària, es van tenir en compte els següents criteris:

- > Adequació al tema «Consum responsable, benestar i qualitat de vida».
- > Originalitat del missatge i continguts.
- > Disseny de la campanya publicitària.



Van obtenir un premi els següents equips:

TERCER CICLE DE PRIMÀRIA:

- > Desert

PRIMER CICLE DE SECUNDÀRIA:

- > **LOS CARPE DIEM**, primer premi de 1.000,00 €
- > **LAS MURCIANIKAS**, premi de 300,00 €
- > **LAS INFANTAS**, premi de 300,00 €
- > **AMIGAS4EVER**, premi de 300,00 €

Els quatre equips pertanyen a l'IES Infante Don Juan Manuel, de Múrcia.

SEGON CICLE DE SECUNDÀRIA:

- > **CARPE DIEM**, primer premi de 1.000,00 €

De l'IES Rector Don Francisco Sabater García de Cabezo de Torres (Múrcia).

Ecoconsum: Consum Responsable

La Direcció General de Consum i la Direcció de Formació Professional i Innovació Educativa van presentar les Unitats Didàctiques per a l'educació sobre el consum per al curs escolar 2007/2008

Com en anys anteriors, la Conselleria de Turisme i Consum i la Conselleria d'Educació i, en concret, les Direccions Generals de Consum i de Formació Professional i Innovació Educativa estan desenvolupant conjuntament Programes d'Educació del Consumidor a l'Escola.

Les Unitats Didàctiques, que aquest any s'anomenen: «**Ecoconsum: consum responsable**», es van presentar el passat 1 d'octubre, amb la finalitat de poder-les aplicar als tallers de consum, que es realitzen durant aquest curs escolar 2007/2008.

Es tracta d'un mecanisme institucional específic per fer efectiva l'educació del consumidor a l'Escola, com a conseqüència de l'Ordre Conjunta de 19 d'abril de 2005, per la qual es crea la Comissió de coordinació en matèria de promoció de l'educació del consumidor als centres docents no universitaris.



El material permet incloure l'educació del consumidor als cicles i nivells d'educació obligatòria i post-obligatòria, formant de manera permanent el personal docent en matèria de consum, perquè, a la vegada, pugui ensenyar als alumnes de forma didàctica i pedagògica els drets i interessos dels consumidors i els diferents mecanismes de defensa que tenen al seu abast.

La Unitat Didàctica «**ECOCONSUM: CONSUM RESPONSABLE**», inclou els següents temes:

- > Consumeixo, ergo sum.
- > Ecoconsumeix-me.
- > Aprenent a reciclar.
- > L'aigua que ens manca.
- > Tractament didàctic i metodològic sobre ecoconsum: consum responsable.

S'han repartit més de 800 Unitats Didàctiques entre escoles, instituts, centres de professors, oficines d'informació al consumidor i associacions de consumidors, de les quals se'n podran beneficiar més de 65.000 alumnes, d'escoles de tota la Regió de Múrcia, tant públiques, com privades o concertades.

Presentació VIII Jornades de Formació-Educació en Consum curs 2007/08

La Conselleria de Benestar Social i Sanitat va presentar als mitjans de comunicació, centres escolars i sectors socials el material i contingut de les VIII JORNADES DE FORMACIÓ-EDUCACIÓ EN CONSUM per al curs 2007-2008.

Amb el lema: «**Aprent a ser consumidor**», la base metodològica de les activitats destinades a les escoles consta, com és habitual, de contes i relats didàctics i còmics.

El Programa continua amb la novetat iniciada el curs anterior, amb la intenció de satisfer un dels objectius que impregnen totes les activitats «**Sensibilització amb les dificultats afegides dels consumidors amb discapacitats**». Per fer-ho, i gràcies a la col·laboració de l'ONCE MELILLA, els contes didàctics destinats a Educació Primària es tornaran a presentar en versió original, versió adaptada a discapacitats visuals i versió BRAILLE.

El material didàctic es complementarà amb tallers amb projeccions i Concursos de Dibuix, redacció i relat, per als diversos cicles educatius.

Els destinataris de les activitats formatives són: associacions de consumidors, gent gran, immigrants, mestresses de casa i treballadors de petites economies i centres d'acollida i reforma.

Les obres presentades a les escoles són:

> **Conte didàctic «La Goma Fantàstica»** (2a edició), destinat a l'alumnat de 1r d'Educació Primària dels 16 CEIP. Juntament al conte, es presenta un tríptic amb les bases del corresponent Concurs de dibuix. El conte es presenta en versió original, versió adaptada a discapacitats visuals i versió Braille.

Objectius: Acostar els petits consumidors al concepte de consumidor, ensenyant-los a identificar productes i articles d'aparença enganyosa, com ara el material escolar i els cosmètics amb forma d'aliments i els articles industrials amb aparença de joguines. En especial, la identificació dels pictogrames de perill dels productes químics d'ús domèstic. Tot això, s'aconsegueix a través del conte didàctic, on un simpàtic personatge, la «Súper Goma», ensenyarà als petits consumidors els perills que pot suposar, entre d'altres, el material escolar enganyós. Aquests continguts es reforçaran amb el Taller «Amics consumidors».

> **Relat didàctic humorístic «Consum en cinc minuts»** (2a edició), destinat a l'alumnat de Tercer cicle de Primària i 1r d'ESO de 16 CEIP i 9 IES. Juntament al conte, es presenta un tríptic amb les bases del corresponent Concurs de dibuix. El conte es presenta en versió original, versió adaptada a discapacitats visuals i versió Braille.

Objectius: Incentivar els joves consumidors a l'exercici efectiu dels seus drets i deures. Introduir-los en el coneixement de nous aliments, com ara els funcionals, biològics i transgènics. Drets dels passatgers, rebaixes, comerç just i l'exercici responsable de reclamar. Tot això, s'aconsegueix a través d'una protagonista molt original: «La Senyoreta Hueva», que serà l'encarregada d'impartir en la ficció una nova i particular assignatura que s'acaba d'imposar. Aquests continguts es reforçaran amb el Taller «Consumeix amb intel·ligència i responsabilitat».

> **NOVETAT: Relat didàctic de ficció «Consu. Com i el vent de l'oest»**, destinat a l'alumnat de segon cicle d'Educació Secundària Obligatoria dels 9 IES. Juntament al relat, es presenta un tríptic amb les bases del Concurs de relat/composició periodística/mural.

Objectius: Conscienciar els joves escolars de la importància d'exercitar pautes de conductes adequades per evitar el consumisme i les conseqüències adverses dels actes de consum sobre el medi ambient. Tot això, s'aconsegueix a través d'una narració de ficció on un jove escolar es veu traslladat a un futur molt diferent de la nostra realitat. Els continguts es reforçaran amb el taller «Salveu el planeta».

> **Còmic «ETI POTATOES»**, destinat a l'alumnat de secundària per a la celebració del dia mundial del consumidor, amb l'objectiu de fomentar l'alimentació equilibrada i la dieta mediterrània.



Autora de les obres: María Dolores Angosto Sánchez

AMÉS A MÉS: AGENDES EUROPEES PER A L'ALUMNAT I MANUAL DE L'EDUCACIÓ DEL CONSUMIDOR A L'AULA PER AL PROFESSORAT DE MELILLA ADHERIT A LA XARXA D'EDUCACIÓ AL CONSUMIDOR (20 centres educatius).

VIII Jornades per a Gent Gran

Amb el lema «CONSUMEIXI AMB SEGURETAT - CONSUMEIXI AMB RESPONSABILITAT», es van celebrar les VIII Jornades destinades a la nostra gent gran, organitzades per la Conselleria de Benestar Social i Sanitat i l'Institut Nacional del Consum, que es van dur a terme a les AULES CULTURALS PER A GENT GRAN, i amb ocasió del Dia mundial del consumidor, el dia 15 de març de 2007.

Dos-cents participants van gaudir de les jornades, on es van tractar temes de gran interès, en especial per als més grans, inclosa una taula rodona amb ponències sobre:

- > Productes i serveis especials, etiquetes, informació, publicitat i serveis de consum, a càrrec de María Dolores Angosto Sánchez, Coordinadora en Cap de la Inspecció de Consum de Melilla.
- > Seguretat a la Llar, prevenció i reclamació a càrrec d'Ángel Gil Martín, Advocat i Director de «Protocol 21».
- > Contractes de telefonia, drets i contingut mínim dels contractes, a càrrec de Pilar Guerrero Serrano, Cap de la Secció de Formació de l'INC.



Guanyadors dels concursos: «Un món sense barreres» i «El repte del jove consumidor al segle XXI»

(MODALITAT 6è PRIMÀRIA) CONCURS REDACCIÓ 2006/07 PRIMER PREMI

Frida Chacín Oulak - **Collegi España- Curs 6è B d'E. P.**
Kauzar Mohamed Benamar - **Collegi Mediterráneo - 6è B d'E. P.**
ACCÉSSIT AL PRIMER PREMI
Raúl Aibar Bautista - **Collegi Enrique Soler - 6è C d'E. P.**



Jusra Bouzachdat Cuciani - **Collegi Hipódromo - 6è d'E. P.**
SEGON PREMI
Wiam Zovad Mohamed - **Collegi Hispano Israelita- 6è d'E. P.**
Sukaina Mahjoub Hadi - **Collegi Constitución - 6è B d'E. P.**
ACCÉSSIT SEGON PREMI

Fernando Lamas Hermoso - **Collegi La Salle El Carmen - 6è A d'E. P.**
Marina Sánchez Prieto - **Collegi Nuestra Señora del Buen Consejo - 6è B d'E. P.**

TERCER PREMI

Mariem Ben- Alí - **Collegi León Solá - 6è A d'E. P.**
Dina Dris Abdelaziz- **Collegi Reyes Católicos - 6è C d'E. P.**
ACCÉSSIT AL TERCER PREMI
Alejandro Pérez Carmona - **Collegi Nº 13 - 6è B d'E. P.**
Cristina Tercero Rull - **Collegi Anselmo Pardo - 6è B de E. P.**



(MODALITAT 2n ESO) CONCURS RELAT 2006/07 PRIMER PREMI

Sheila Mohamed Manan - **IES Leopoldo Queipo - Curs 2n E d'E. S.**
Tarek Asis Hamed Mohatar - Joaquín García Angosto - **Collegi La Salle El Carmen - 2n A E.S.**

SEGON PREMI

Ikram Mohamed El Medí - **IES Enrique Nieto- 2n E d'E. S.**
Isabel Pérez Esteban - **Collegi Nuestra Señora del Buen Consejo - 2n B d'E. S.**

TERCER PREMI

Sabah Chaib Haddou - **IES Rusadir - 2n E d'E. S.**
Eva Clarés Pozo - **IES Miguel Fernandez - 2nA d'E. S.**

ACCÉSSIT AL TERCER PREMI

Nariman El Messaoudi Ouardani - **IES Juan Antonio Fernández - 2nB d'E. S.**

(MODALITAT 4t ESO) CONCURS RELATO/MURAL 2006/07

PRIMER PREMI

Isabel María González Segura - **IES Miguel Fernández - 4tC d'E. S.**
Suliman Mohamed Mohamed - **Collegi La Salle El Carmen - 4tB d'E. S.**

SEGON PREMI

Nerea Ruiz Luque - **IES Enrique Nieto - 4tC d'E.S.**
Miguel Lence Martínez - **Collegi Nuestra Señora del Buen Consejo - 4t B**

TERCER PREMI

Javier Fernández Villa del Rey Olivé - Maribel Chamorro Pajares- Sandra Abad González - Carolina González Hanchí- Sara Benzaquén Chocron
Collegi La Salle El Carmen - 4t Ad'E.S.



(MODALITAT CENTRES D'ACOLLIDA I REFORMA 2006/07)

PRIMER PREMI

Abdel-Lah Haiduni, **alumne del C. Emancipación Adolescentes Cruz Roja**

Sukaina Abkari, **alumna del Centre Divina Infantita**

SEGON PREMI

Azis Azaidi, **alumne del Centre La Purísima**
Mourad Bouhaidan, **alumne del Centre Baluarte de San Pedro**

TERCER PREMI

Hichan Haidar, **alumne del Centre Eladio Alonso**
Bilal Subira, **alumne del Centre La Purísima**
PREMIA L'ESPECIAL PARTICIPACIÓ, per la poesia «SIGUESTU MATEIX»
Mare Adelina Sánchez Vela, **professora del Centre Divina Infantita.**

ELS PREMIS VAN CONSISTIR EN ORDINADORS PORTÀTILS, CÀMERES DE VÍDEO, CÀMERES DE FOTOS, REPRODUCTORS D'MP3 I ARTICLES D'ESPORT I MÚSICA. DIPLOMES I OBSEQUIS PER AL PROFESSORAT

ENHORABONA!!

Guia per a una alimentació saludable, responsable i conscient

Per Blanca Berruete Cilveti. Cap de Secció de Consum del Govern de Navarra

La «Guia d'Alimentació Responsable a Navarra» explica com la nostra elecció en el consum de productes alimentaris té implicacions que afecten la salut, el medi ambient i la justícia social, i ofereix les pautes a seguir per triar les opcions que tenen en compte aquests aspectes.

La nostra cultura consumista tolera i justifica en bona part el model actual de societat. Així, doncs, es considera que un nivell de consum més gran ens reporta més benestar i felicitat. Tanmateix, cada cop hi ha més experts que exigeixen la necessitat de replantejar-se seriosament el nostre model de consum perquè es considera insostenible des del punt de vista ambiental, econòmic i social. Per això, cal un canvi en el concepte que tenim del nostre consum. El deteriorament ambiental, l'elevat consum de recursos naturals i la situació de desigualtat entre països rics i pobres són raons que ens han de dur al canvi. El nostre model actual és insostenible i no pot generalitzar-se perquè ens caldria disposar de quasi quatre planetes més.

Això ens ha de dur a fer una discriminació positiva en les nostres compres, els productes de «comerç just», els «ecològics» i els productes locals i els de temporada, que representen les denominacions d'origen i d'altres productes artesans.

Conscients d'aquesta situació i compromesos amb una línia de treball continuada des de fa tres anys, el Servei de Consum del Govern Foral ha editat la «Guia d'Alimentació Responsable a Navarra», juntament amb el Centre de Recursos Ambientals de Navarra i en col·laboració amb la Xarxa d'Economia Alternativa i Solidària (REAS).

Molts dels criteris i de les pautes que es plantegen en les línies anteriors s'expliquen i desenvolupen en aquesta publicació que sorgeix, a més a més, del procés participatiu desenvolupat en el Fòrum de Consum Responsable de Navarra, on s'han implicat més de 50 entitats de l'àmbit de l'administració, associacions ciutadanes, ONGs, centres educatius, etc.

L'objectiu principal de la guia és oferir el coneixement necessari i els recursos perquè el consumidor pugui optar per a una alimentació saludable, responsable i conscient. Per a la seva edició, també s'ha comptat amb el suport de la Fundació Caja Navarra a través de l'elecció dels seus clients mitjançant la iniciativa «**Tu esculls, tu decideixes**».

L'any 2006, el Fòrum de Consum Responsable de Navarra va publicar una guia amb criteris més generals: es tractava de la primera d'aquestes característiques realitzada a Navarra i el que es pretenia era reflexionar al voltant del concepte de Consum Responsable, el seu context, i la necessitat d'avançar cap a un model de producció-consum més sostenible a través de la responsabilitat compartida de tots els agents socials, recollir els principals eixos del Consum Responsable, així com també una sèrie d'aplicacions per practicar-lo.

Després d'aquesta primera experiència, el Fòrum va decidir centrar la seva tasca en l'elaboració d'una guia més concreta sobre alimentació, ja que es tracta d'un sector de consum imprescindible (és la primera necessitat per excel·lència), a més a més d'un sector sensible perquè el consum de productes alimentaris té grans implicacions que afecten aspectes tan claus com la salut, el medi ambient i la justícia social. En aquesta publicació s'explica la idea que la nostra forma de consumir repercuteix en els modes de producció i en els mecanismes de mercat, i com en la nostra faceta de consumidors tenim un gran potencial per generar pràctiques més sostenibles i per contribuir a la igualtat i la justícia social. D'aquesta manera, es dona continuïtat a la feina iniciada pel Fòrum de Consum per a la promoció, difusió i sensibilització de la societat navarresa.

La guia es dirigeix en especial a totes les persones que vulguin fer de la compra diària un acte de coherència i responsabilitat, i situa, així mateix, com a referent les entitats que tenen capacitat d'influir en la societat i educar la població: escoles i associacions d'hostaleria, empreses de càtering, menjadors col·lectius, restaurants, societats gastronòmiques, associacions de consumidors, comerciants, distribuïdors, productors, grups familiars, centres educatius i de salut.... Es parteix de la premissa que la participació de tots aquests actors és crucial per establir i difondre un model de consum més saludable, sostenible i equitatiu.

D'altra banda, la publicació compta amb la garantia que s'ha dirigit per part d'una mesa d'experts formada pels tècnics de l'Institut de Salut Pública del Govern de Navarra, el Consell de la Producció Agrària Ecològica de Navarra, els Departaments d'Agricultura i Educació, i el Servei de Consum del Govern Foral, l'Institut de Qualitat Agroalimentària, l'Institut Tècnic Ramader i Agrícola, l'ONG SETEM, REAS i el Centre de Recursos Ambientals de Navarra mateix. Els participants en el Fòrum del Consum n'han validat tots els continguts.

Sis capítols amb les pautas a seguir

La «**Guia d'Alimentació Responsable a Navarra**» s'organitza en sis apartats. El *primer* repassa certes idees i criteris generals que podem tenir en compte perquè el nostre consum sigui més saludable, responsable i conscient. En aquest sentit, el capítol es centra en la difícil decisió del consumidor a l'hora de comprar davant d'una oferta cada cop més variada, la preocupació d'alimentar-se d'una manera sana, el dret de saber si els aliments que consumim s'han produït de manera respectuosa amb el medi ambient i sense ser fruit de l'explotació o la injustícia, el reciclatge dels residus i envasos dels aliments, i també la perspectiva de gènere en les tasques domèstiques, la compra i l'alimentació. Inclou, així mateix, aspectes normatius molt importants que fan referència a la seguretat alimentària: l'etiquetatge, un dels instruments més clars amb què podem exercir els nostres drets com a consumidors, estar informats dels productes que comprem i de les seves característiques; i la publicitat enganyosa.



El *segon capítol*, sota l'epígraf «Fem un cop d'ull a la manera de consumir», se centra en les conseqüències que el nostre mode de consum té en la salut, en el medi ambient i en els aspectes socioeconòmics. Es tracten aspectes com ara la importància de la nutrició en la prevenció del càncer, l'obesitat i la contaminació química present en alguns aliments, pel que fa a la salut. Els aspectes que es tracten pel que fa al medi ambient són els efectes de la globalització en la reducció del cultiu de varietats de verdures i fruita, i la sobreexplotació de mars i oceans. Per últim, en l'àmbit de les conseqüències socioeconòmiques, s'aborda l'explotació infantil en la indústria alimentària i les morts per desnutrició, contaminació d'aigües i epidèmies que es produeixen en el món.

«Propostes per a una alimentació saludable» és el títol del *tercer apartat de la guia* i s'hi concreten les propostes per seguir una alimentació saludable segons la piràmide alimentària, s'hi indiquen alguns criteris sobre la manera de comprar, guardar els aliments, cuinar i menjar, així com també referències a les conserves i precuinats.



En el *quart capítol*, «Propostes per a una alimentació responsable», es revisen indicacions concretes per a una alimentació responsable i es fa una reflexió sobre els aliments de més interès, com ara els ecològics, la seva regulació i normativa, els passos que cal fer per reconèixer-los, on els podem trobar... Aquest mateix esquema es repeteix amb els aliments de producció integrada, els aliments locals, frescos i de temporada, els productes amb Denominació d'Origen Protegida o Indicació Geogràfica Protegida, els aliments artesans de Navarra i els aliments de comerç just.

En relació a aquest apartat cal destacar que una de les constatacions dins la tasca desenvolupada pel Fòrum de Consum Responsable de Navarra va ser l'interès que tenen certs productes locals: realitzen un cycle curt de distribució que evita la despesa energètica de transport i producció. A més a més, molts d'ells contribueixen al manteniment de la població rural i possibiliten que el consumidor conegui el recorregut de vida del producte. D'aquesta manera, aquest tipus de productes apropa consumidors i productors.



Ja en el *cinquè capítol*, «Algunes pistes per a un consum conscient: situa't envers el debat», la guia s'atura a analitzar de manera breu alguns grups d'aliments que hi ha al mercat a dia d'avui i que tenen característiques particulars que cal conèixer: què són, la seva necessitat, així com també la seva regulació i normativa. Els grups d'aliments que s'anomenen són els funcionals, els light o baixos en calories, els aliments dietètics i els transgènics.

Finalment, el *sisè apartat* inclou algunes bones pràctiques en alimentació saludable i responsable que es duen a terme a Navarra, com ara les associacions de consumidors ecològics, els aliments ecològics en menús escolars, el menjar saludable a les universitats, etc. A més a més, s'hi inclouen una sèrie de referències d'interès relacionades amb l'alimentació en entitats de l'administració, ONGs, associacions, sindicats, empreses, xarxes de consumidors ecològics, publicacions, revistes, documentals i adreces web.



On aconseguir la guia

La guia, de la qual se n'han editat 5.000 exemplars, s'ha distribuït entre les entitats participants en el Fòrum de Consum Responsable, així com entre la Xarxa de Biblioteques Públiques de Navarra, universitats, associacions de consumidors, oficines municipals d'informació al consumidor dels ajuntaments, grups ecologistes, equipaments d'educació ambiental, i centres de documentació ambiental i responsables de consum d'altres comunitats autònomes.

Així mateix, és a disposició del públic general a la seu del Centre de Recursos Ambientals de Navarra (C/ Padre Adoain, 217, bajos, 31015 Pamplona) i es pot descarregar al seu lloc web www.crana.org

Preus i consum

Per Antonio Cañellas Capellá

Saber quant costa un bé de consum, com ara una simple poma, per exemple, pot resultar una tasca ben complicada si el que volem realment és anar més enllà del preu final que l'etiqueta indica. Què hi ha darrere els preus? Quins són els motius que expliquen les importants diferències entre preus d'origen i de destí? Si resulta tan difícil saber quin és el preu real d'una poma, no es pot pretendre explicar amb una sola causa les pujades i baixades dels preus.

Així mateix, aquest article vol motivar una reflexió crítica i esbossar algunes idees sobre el consumisme, les necessitats i el medi ambient.

Mirant l'observatori de preus d'alguns aliments que publica el Ministeri d'Agricultura al seu lloc web, no aconsegueixo trobar el preu del producte que busco, la poma Gala. Continuo la meua cerca a Google i trobo un article on m'aturo, que diu que menjar una poma al dia evita el risc de patir càncer de colon en un 43%. Interessant, però no és el que busco. Jo el que vull saber és què costa realment una poma. I això, sense ser gaire bo en números, em sembla que ho puc saber fàcilment. Una safata de 6 pomes Gala (grans i brillants) costa 3,50 euros. D'aquesta manera, em surt que cada poma costa uns 60 cèntims d'euro (100 pessetes). Aquesta és la solució a aquest tipus de problema de primària però, és aquest el seu preu real? No. Per això necessitaria saber què li costa al productor i què paga l'intermediari (si és que n'hi ha) per veure la diferència respecte el que jo he pagat. Una tasca que sembla fàcil, però que no ho és pas. Calcular el cost d'una simple poma és ben difícil, perquè per calcular els preus amb un cert rigor s'han de tenir en compte molts factors: els costos que intervenen en la fixació del preu més enllà del joc de l'oferta i la demanda, els costos de producció, és a dir, el cost de la força de treball i del tractament de la terra i els arbres principalment. A més a més, cal sumar-hi els costos de manipulació, selecció, envasat, conservació en cambres especials i transport, que són considerables. Tot això influeix en el preu, sense oblidar-nos d'altres factors que també hi poden influir, com ara la varietat, el calibre, la mida o el color de la poma.

Em dono per vençut, no aconsegueixo resoldre aquest trencaclosques. De vegades, el mercat no és tan transparent com ens pensem, i menys encara, quan es tracta de qüestions de preus. El que passa amb els preus és que allò més interessant és darrere l'etiqueta, o darrere el preu; per això em pregunto per què hi ha tanta diferència en els preus d'origen i de destí. Diferències que en alguns casos arriben a ser enormement humiliants, com passa amb la vedella de primera, que es paga a 3,5 euros el quilo en origen i es ven a 15 euros a la carnisseria. O també amb la llimona, que al productor se li paga a 0,60 euros el quilo i el consumidor final l'arriba a pagar a 1,60 euros. En aquesta àcida diferència hi ha la resposta a la meua pregunta i, en part també, a la pregunta de per què pugen o baixen els preus de determinats aliments.

No n'hi ha prou amb donar una explicació monocausal fent servir un únic argument com ara l'increment dels preus de les matèries primeres o dels cereals. És fals l'argument que l'encariment es deu a l'augment dels costos de les matèries primeres, ja que els preus finals han pujat més proporcionalment que els preus en origen. És més, en algunes ocasions els preus en origen han baixat i en destí han pujat.

Fan falta una òptima multidisciplinària i un enfoc multicausal capaços de veure més enllà de l'etiqueta amb el preu final que arriba al consumidor. Considerar, per exemple, els costos laborals, el lloc de producció, el fet que el mercat funciona cada cop més a nivell global (fins i tot per als aliments), que existeix una demanda més gran a tot el planeta i que cal també analitzar el paper dels intermediaris. Tots aquests factors poden ser molts dels altres factors que no podem descartar.

La segona part d'aquest article continua la reflexió sobre els preus però des d'un pla més general, fins a tocar de manera tangencial i inevitable el tema del consumisme.

Els preus no són només diners. Fins i tot, no són el valor pròpiament dit d'un producte (tangibles) o servei (intangibles),

sinó que són un conjunt de percepcions i voluntats a canvi de certs beneficis reals o percebuts com a tals. Moltes vegades, els beneficis poden canviar o deixar de ser-ho. Això es veu en la moda o en productes que transmeten un estatus en una societat. N'hi ha prou amb fixar-se en qualsevol anunci publicitari per entendre que el que s'oferta no té gaire o res a veure amb el preu, sinó que més aviat té a veure amb l'estatus, amb aconseguir un cos 10, o amb una identificació o sentit de pertinença a un grup. Així, doncs, alguns anuncis de cotxes prometen la felicitat o la llibertat si s'adquireix el vehicle en qüestió, i fins i tot et tornen els diners si no ho aconsegueixes. Tota una invitació a comprar.

El consum, en principi, seria l'etapa final del procés econòmic, però en certa mesura n'és la fase inicial. Comprar un bé per després comprar-ne un altre, o poder escollir entre múltiples varietats d'un mateix bé substitutiu. Les estratègies publicitàries ja se n'encarregaran de potenciar les diferències en la diversificació dels productes.

El consum ha de proporcionar una utilitat al consumidor, i no sempre parem atenció en aquest matís. I és aleshores que, en moure'ns damunt d'aquesta línia difuminada, podem arribar a confondre la utilitat amb la satisfacció, és a dir, arriba al punt en què la satisfacció o el plaer no són en l'objecte comprat, sinó en el fet de consumir.

El consum té a veure amb les necessitats, que malgrat molts autors s'entossudeixen a dir que són infinites, no ho són. En tots els racons del món són finites i, a més a més, les mateixes. Tots tenim, en un principi, les mateixes necessitats: menjar, beure, aixoplugar-nos del fred... L'única cosa que canvia és la cultura i la manca de recursos per cobrir-les. En aquest punt, quan parlem de recursos, és quan podem ampliar les nostres necessitats, ultrapassar les anomenades necessitats bàsiques i començar a escalar en la piràmide de Maslow, per posar un exemple.

Qui no ha sentit mai allò que «l'energia no es destrueix, es transforma»? Doncs en el cas del consum, l'energia es destrueix. L'eslògan publicitari d'una important companyia elèctrica deia que «l'energia més neta és la que es consumeix». El tema del consum d'energies renovables està de moda, però no depèn d'un mateix el fet de poder-les utilitzar tant com un vulgui, ja que no hi tenim accés.

Què passaria si els països en vies de desenvolupament contaminessin igual que els països rics? I si els països pobres consumissin tants recursos naturals (en molts casos, els seus mateixos) com els rics? Des del punt de vista ambientalista, la societat de consum és insostenible.

Cal alguna cosa més que l'ús d'energies renovables i el reciclatge encaminat a mantenir el mateix nivell de vida i de consum actuals. Calen altres mesures, juntament amb d'altres accions, com ara acords a nivell internacional. Cal allò que va dir una vegada un conegut físic de cabells crespats: «*hi ha una força motriu més poderosa que el vapor, l'electricitat i l'energia atòmica: la voluntat*».

Canvi climàtic salut i consum

Per **María Dulce García Caballero**. Cap de Servei de Educació, Formació e Informació

Cambio climático, consumo y salud. Tres grandes temas, muy de moda y en boca de todos, pero tenemos conocimiento de nuestra aportación individual, de nuestro granito de arena a aportar en estos grandes retos de nuestro tiempo. En este artículo se intenta, con mucha modestia introducirnos en este tema del cambio climático desde la óptica de nuestras familias y del día a día.

Dijous, 15 de novembre de 2007, 19:50 hores. Arribo a casa de fer un curs molt interessant sobre el canvi climàtic, tema d'actualitat per excel·lència, que el ponent ens ha il·lustrat amb una quantitat de dades, percentatges i teories ingent, i del qual he sortit amb el convenciment que s'ha d'actuar per frenar el canvi climàtic. La veritat és que m'he atabalat una mica amb la pluja d'informació i el fet de saber que en aquests moments hi ha reunits a València un gran nombre de científics de fama internacional que integren l'IPCC (el Panell Intergovernamental del Canvi Climàtic), que està elaborant unes directrius per prevenir-lo i, a la vegada, establir pautes de comportament que els governants haurien de tenir en consideració.

Quan entro a casa, el meu fill em ve a rebre amb una forta abraçada i em diu: han dit a l'escola que hem d'apagar les llums de casa durant cinc minuts i així aconseguirem que la gent sàpiga que hem de cuidar el món i no contaminar-lo més... La careta del meu fill em fa veure que ho vol fer però que no ho acaba d'entendre i em pregunta: però, què s'aconsegueix si nosaltres apaguem les llums i el veí de davant no ho fa i al carrer segueixen encesos els fanals, i les fàbriques i els cotxes segueixen funcionant? La seva lògica demolidora em fa reflexionar i analitzar certes qüestions sobre l'actuació d'aquesta societat nostra tan complexa, tan imprevisible, tan individualista i a la vegada tan global!

El canvi climàtic planteja un repte important, i en gran mesura desconegut, que té conseqüències presents i futures en la salut humana. Tanmateix, les nostres societats poden mitigar-ne els efectes adversos mitjançant estratègies per reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle.

És un fet que les activitats humanes estan alterant el clima del món. Estem augmentant la concentració atmosfèrica de gasos que atrapen l'energia, la qual cosa amplifica l'efecte hivernacle natural que fa possible la vida a la Terra. Aquests gasos d'efecte hivernacle (GEI) són, fonamentalment, el diòxid de carboni (procedent, en la majoria dels casos, de la combustió de combustibles fòssils i la tala de boscos) i d'altres gasos que atrapen l'escalfor, com ara el metà (generat per l'agricultura de regadiu, la ramaderia i l'extracció de petroli), l'òxid nítrid i diversos halocarburs fabricats per l'home.

El canvi climàtic significa que estem alterant els sistemes ecològics i biofísics de la Terra. Es preveu que afectarà el funcionament de molts ecosistemes i de les espècies que els integren, i que també tindrà efectes sobre la salut humana. Així, doncs, en termes generals, i segons indica l'estudi sobre «Canvi climàtic i salut humana: riscos i respostes» de l'Organització Mundial de la Salut, la salut pública depèn de l'existència d'aliments suficients, d'aigua potable segura, d'hàbitats segurs, de bones condicions socials i d'un entorn ambiental i social adaptat per controlar les malalties infeccioses, i aquests factors poden veure's alterats pel clima.

Sense voler sembrar l'alarma, i amb la intenció de comptar amb una visió global de la qüestió, podem dir que:

- > les onades de calor estan vinculades a les malalties cardiovasculars, respiratòries i d'altres tipus (especialment en ancians i gent pobre) i també afavoreixen la reproducció de mosquits que propaguen la malària, dengue i febre groga, o de rosegadors que podrien expandir la seva zona de distribució a latituds més elevades. Els models climàtics predeuen un escalfament mundial d'1,4 - 5,8° entre 1990 i 2100;
- > amb la reducció dels subministraments d'aigua dolça, el canvi climàtic pot afectar els recursos hídrics i el sanejament. D'aquesta manera es reduiria l'aigua disponible i es produiria una concentració de bacteris i altres microorganismes en aigües no depurades més elevada. Aquests factors portarien a una major incidència de malalties diarriètiques. Així mateix, els embassaments i dipòsits també es veurien afectats, ja que les pluges extremes i les esllavissades de terreny estimulen la sedimentació fent-ne disminuir la capacitat;
- > un augment en la freqüència o intensitat d'episodis meteorològics extrems representaria una amenaça per a la població, que causaria desplaçaments, fam, inundacions, brots de malalties i perturbacions ecològiques;
- > la seguretat alimentària podria veure's alterada i la disminució de manera local de la producció d'aliments portaria a una fam i malnutrició més grans, amb conseqüències per a la salut a llarg termini, sobretot en infants;
- > l'elevació dels mars podria envair les fonts costaneres d'aigua dolça i inundar les zones costaneres, per la qual cosa la indústria costanera se'n veuria afectada i la indústria basada en aquests recursos també. Es preveu que el nivell mitjà del mar augmenti de 9 a 88 cm abans del 2100.

> un subministrament d'aigua menor crearia una tensió addicional per a les poblacions, l'agricultura i el medi ambient.

Així, doncs, el sistema climàtic s'ha d'ajustar a l'evolució de les concentracions de gasos hivernacle per mantenir l'equilibri. El clima està canviant i s'ha demostrat científicament que:

- > Hi ha hagut un augment de 0,6 +/- 0,2° C en la temperatura mitjana mundial des de finals del segle XXIX.
- > El nivell mitjà del mar s'ha elevat de 10 a 20 cm.
- > La capa de neu a les latituds mitjanes i elevades de l'hemisferi Nord ha disminuït un 10 % des de 1960.

Podríem seguir enumerant conseqüències que el canvi climàtic produirà al nostre planeta, però el que és important és saber que el canvi climàtic és un problema mundial que ens afecta a tots i que, per tant, l'estat de salut de la població és un element clau de la transició a la sostenibilitat. Cal que es produeixin canvis en els comportaments dels individus, en les tecnologies i en la visió de progrés.

Aquesta implicació mundial ja es va plasmar l'any 92 a la Convenció Marc de Nacions Unides sobre el canvi climàtic, on es va intentar donar resposta internacional al problema del canvi climàtic mitjançant el famós Protocol de Kioto. El document suposa el compromís de reducció dels 6 gasos responsables de l'escalfament de la Terra per part dels països industrialitzats, entra en vigor el 2005 i fixa l'objectiu de reduir les emissions en un 5,2% en el període de 2008 - 2012. Per part de la Unió Europea, s'ha assumit el compromís de reduir en un 8% l'emissió d'aquests gasos. Espanya pot emetre en aquest període, com a molt, un 15% més del que emetia l'any 1990...

La nostra comunitat autònoma aporta, en termes quantitius (segons l'estudi de l'Oficina del Canvi Climàtic de la CAIB, creada el 2005), un 2,3% de les emissions totals de l'estat espanyol.

Penso realment que tots tenim una responsabilitat en aquesta etapa que ens ha tocat viure i que no s'ha de deixar només en mans dels nostres governants. Tenim un compromís amb la nostra societat i hem d'intentar que aquest compromís es palpï en el sí de les nostres famílies i en l'educació dels nostres fills, i tot això s'aconseguirà si ENTENEM I, SOBRETOT, COMPRENEM que és un problema de tots, però que des de la nostra individualitat i des de les nostres actituds quotidianes contribuïm a intentar solucionar-lo.

Per aconseguir tot això, el pilar bàsic és l'EDUCACIÓ I LA INFORMACIÓ per poder sensibilitzar en:

- > la utilització de l'energia i la promoció de l'ús d'energies alternatives;
- > l'ús d'il·luminació i d'electrodomèstics més eficients;
- > la reutilització de materials a casa, a la feina i a l'escola;
- > el reciclatge dels residus amb responsabilitat, introduint-los als contenidors adequats;
- > la realització de construccions que aprofitin els avantatges de la llum i de l'energia solar;
- > la utilització del transport públic i la bicicleta, i l'habilitació de carrils segurs per part de l'Administració;
- > la realització de les compres amb responsabilitat, amb la promoció del comerç just i solidari.

Podríem enumerar més normes de comportament responsable, però allò més important és estar convençuts que la nostra actuació en la societat ha de ser responsable i conscient des que ens aixequem i encenem les llums (quasi sempre més de les necessàries) fins que llancem la brossa i caminem els 100 metres més per arribar al contenidor de paper o de plàstics.

L'escola té un paper fonamental en aquesta labor d'educar i informar però no ha de limitar-se a campanyes puntuals on els infants recullen llaunes o oli, sinó que ha de tenir un estil de vida coherent amb el consum responsable...

Tenim un gran repte per afrontar i podríem seguir exposant teories i opinions de científics i estudiosos de la lluita contra el canvi climàtic, però amb aquest modest article pretenem que els nostres fills i la nostra societat se sentin part del món i que actuïn de manera responsable a l'hora de consumir, és a dir, a l'hora de VIURE!

PD: Me n'oblidava, el dia 15 no vam apagar la llum a casa; ens vam passar l'estona parlant del canvi climàtic i la miqueta de responsabilitat que tenim, i em penso que va ser més important per al meu fill i també per a mi. A partir d'ara, m'acompanya a llançar la brossa al contenidor de paper i em pentarà guerrers fent servir les dues cares del full de paper... Ja és un gran què!

La defensa dels consumidors i usuaris, la nostra raó de ser

La Direcció General de Consum del Govern de Canàries té com a objectiu fonamental promoure i augmentar la protecció dels ciutadans canaris, en el seu paper de consumidors i d'usuaris.

Això implica, entre d'altres objectius concrets, promoure la seva formació, donant a conèixer els seus drets i obligacions, així com fomentar la seva seguretat i protecció envers riscos que puguin afectar tant la seva seguretat, com els seus interessos econòmics i socials, i tot això en un entorn on les noves tecnologies, la conservació del medi ambient i la contribució necessària al desenvolupament sostenible són referents bàsics.

Les mesures precises per aconseguir aquestes metes i objectius passa per una sèrie d'actuacions de diversa naturalesa. Seguidament en destaquem les que considerem més importants d'entre les previstes per a aquest any.



DE CARÀCTER NORMATIU, CAL ESMENTAR:

- > la modificació de l'Estatut de Consumidors i d'Usuaris d'aquesta comunitat, que regula les llacunes existents, adapta la normativa a la realitat actual i a la normativa europea;
- > la regulació dels aspectes que fan referència als procediments i a l'adopció dels «codis de bones pràctiques»;
- > la regulació de la prestació de serveis, tant de caràcter presencial com a domicili, amb especial atenció en els de reparació de vehicles, en col·laboració amb la Direcció General d'Indústria, per les seves competències en aquesta matèria.

EN L'ÀMBIT DE LA COOPERACIÓ INSTITUCIONAL:

Cal assenyalar que, en l'actualitat, coexisteixen oficines d'informació al consumidor autonòmiques, insulars i municipals, per la qual cosa resulta imprescindible implantar mecanismes eficaços de coordinació i cooperació activa i efectiva per aconseguir una bona gestió i garantir una actuació homogènia per a la protecció dels consumidors i usuaris.

Aquestes necessitats de cooperació activa s'han traduït en la pràctica en la celebració de nombroses reunions entre el personal implicat dels tres nivells assenyalats anteriorment, a través del que s'ha estat denominant Xarxa Canària de Consum. Els resultats d'aquesta Xarxa han estat molt satisfactoris, si bé hi mancava una regulació jurídica adequada.

El darrer mes de desembre, es va crear la Xarxa Canària de Consum com a òrgan col·legiat de coordinació i col·laboració administrativa entre la Direcció General de Consum i les Oficines Insulars i Municipals d'Informació al Consumidor, que compta, entre les seves funcions, amb la de fomentar les relacions de col·laboració entre els seus membres, l'abastiment de criteris comuns d'interpretació de la normativa en matèria de consum i l'homogeneïtzació del tractament de les reclamacions.

Aquesta comissió es constitueix pel Ple i les Xarxes de Consum de Les Palmes i Santa Cruz de Tenerife.



PEL QUE FA A LA FORMACIÓ I INFORMACIÓ:

En la política de defensa i protecció del consumidor tenen especial importància totes les accions que impliquin que els consumidors coneguin els seus drets i la manera d'exercir-los amb responsabilitat, com a contribució a la seva integritat com a persones; i que els consumidors i usuaris utilitzin racionalment els recursos, els incorporin als seus hàbits i valors ecològics i facin un ús adequat de les noves tecnologies.

Per a la Direcció General de Consum, resulta d'especial interès millorar les actuacions relatives a la informació i formació dels consumidors i usuaris, per a la qual cosa existeixen els acords de col·laboració amb altres institucions de caràcter educatiu, (universitats canàries, centres educatius i altres institucions formatives) amb la intenció de promoure i difondre la formació en matèria de consum en els àmbits esmentats.

D'aquí la participació d'aquest Centre Directiu com a soci gestor de la Xarxa d'Educació del Consumidor, iniciada el darrer mes de desembre, amb l'objectiu de potenciar l'Educació del Consumidor, fonamentalment en l'ensenyament reglat no universitari, i amb la finalitat d'aconseguir que els consumidors siguin cada cop més conscients, crítics, solidaris, responsables i compromesos amb els seus entorns mediambientals, conscients dels seus drets i que estiguin preparats per assumir les seves responsabilitats, ja que tot això serà un element que ajudarà a aconseguir les metes i objectius que s'han indicat anteriorment.

Amb la consecució dels aspectes que aquí s'exposen, que formen part del Pla de Treball de la Direcció General de Consum del Govern de Canàries, s'aconseguiria donar un important impuls a favor dels consumidors i usuaris d'aquesta comunitat i, per tant, a la millora de la qualitat de vida i del benestar general d'aquesta societat.

Direcció General de Consum del Govern de Canàries

Educació per a la ciutadania

Complint amb l'acord adoptat pels membres de la XARXA E-CONS, a continuació incloem informació sobre l'assignatura Ciutadania. No volem entrar en la polèmica que ha generat la seva introducció al currículum, sinó que ens limitem a informar sobre els seus continguts bàsics i sobre un estudi de llibres de text que hem realitzat per descobrir com s'han abordat els continguts que fan referència a l'Educació per al consum responsable.

L'EDUCACIÓ PER AL CONSUM RESPONSABLE AL CURRÍCULUM



Educació Primària

S'inclou en el bloc 3, que aborda continguts sota l'epígraf «Viure en societat»:

- > La convivència social. Necessitat de normes per conviure. Iniciació a la participació ciutadana al municipi des de l'escola.
- > Coneixement dels principis de convivència que estableix la Constitució espanyola i caracterització de la democràcia.
- > Identificació dels béns comuns i dels serveis que els ciutadans reben de l'ajuntament, la comunitat autònoma o l'Estat, i la contribució dels ciutadans al seu manteniment a través dels impostos.

> Hàbits cívics: cura de l'entorn. Respecte de les normes de mobilitat vial. Educació per al consum responsable.

Educació Secundària Obligatòria

S'inclou en 2 dels 6 apartats del bloc 4 «Les societats democràtiques del segle XXI»:

- > Identificació, apreuament i cura dels béns comuns i serveis públics. Els impostos i la contribució dels ciutadans. Compensació de desigualtats. Distribució de la renda.
- > Consum racional i responsable. Reconeixement dels drets i deures dels consumidors. La influència del missatge publicitari en els models i hàbits socials.

Així mateix, s'inclou en l'apartat 6 dels «Criteris d'avaluació»:

- > Identificar els principals serveis públics que han de garantir les administracions, reconèixer la contribució dels ciutadans i ciutadanes en el seu manteniment i mostrar actituds cíviqes relatives a la cura de l'entorn, la seguretat vial, la protecció civil i el consum responsable en situacions de la vida quotidiana.
- > L'objectiu d'aquest criteri és comprovar que es reconeixen els principals serveis que les administracions presten als ciutadans, el sentit de responsabilitat pública dels càrrecs escollits i, a la vegada, les obligacions que corresponen a cada ciutadà en la cura i manteniment dels serveis públics a través de la contribució fiscal. Així mateix, es tracta de comprovar que es coneixen les obligacions cíviqes que corresponen a la cura de l'entorn, la seguretat vial, la protecció civil o el consum responsable

ESTUDI DE LLIBRES DE TEXT

Des de la coordinació de la XARXA Espanyola d'Educació del Consumidor, hem realitzat una anàlisi de 19 llibres de text d'unes quantes editorials (a petició de l'Institut Nacional del Consum), per veure com s'hi recull l'Educació per al Consum Responsable.

ASPECTES ANALITZATS:



- Cobreix els objectius, continguts i criteris d'avaluació del currículum?
- Apareix clarament diferenciada l'Educació per a un Consum Responsable a l'índex?
- Es plantegen o són clars els objectius que es persegueixen en aquest camp?
- S'inclouen continguts concrets significatius?
- S'inclouen propostes d'activitats que facin possible generar competències en l'alumnat com a consumidor?
- Valoració general.



CONCLUSIONS:

Hi ha una enorme diversitat de continguts i maneres d'abordar l'educació per al consum responsable segons l'editorial. Es podria afirmar que existeixen tantes maneres diferents com editorials.

- > Són continguts eminentment filosòfics, teòrics i generalistes.
- > La major part dels llibres editats no compleix el currículum de l'assignatura Ciutadania.
- > La majoria d'ells no cobreix els objectius, continguts ni criteris d'avaluació que s'inclouen al currículum i que la societat actual necessita envers el consum responsable.
- > En la majoria de llibres analitzats, els continguts de consum no apareixen clarament diferenciats a l'índex. En alguns d'ells, apareixen en un apartat de l'índex general, i en un altre ni tan sols això.
- > Molts dels llibres uneixen els continguts de consum amb els de medi ambient.
- > En la majoria dels llibres no queden clars els objectius que es persegueixen en el camp de l'educació per al consum responsable.
- > En la majoria dels llibres no s'inclouen continguts concrets significatius.
- > En la majoria dels llibres de text no s'inclouen propostes d'activitats que facin possible generar competències en l'alumnat com a consumidor.
- > S'han pogut detectar errors de contingut importants. Es veu la rapidesa amb què se n'han elaborat els continguts.
- > Les metodologies que es proposen podrien ser més adequades per obtenir informació i el desenvolupament de certes capacitats que per desenvolupar competències.
- > La valoració general dels continguts i activitats proposades en la majoria dels llibres de text és molt negativa, ja que no compleixen els objectius, cometen errors, són molt teòrics, filosòfics, poc pràctics i no doten l'alumnat de les competències bàsiques necessàries per desenvolupar-se en la societat actual.

-  **>CANTÀBRIA_ Organisme:** Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria
Adreça: C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Telèfon:** 942 210600 **Fax:** 942 210867
C/e: escuela@infoconsumo.es **Persona de contacte:** Nieves Álvarez
-  **>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
C/e: carmenmg@princast.es **Persona de contacte:** Carmen Martínez González
-  **>COMUNITAT VALENCIANA_ Organisme:** Dirección General de Seguridad Industrial y Consumo de la Generalitat Valenciana **Adreça:** C/ Colón 32, 46004 Valencia **Telèfon:** 96 3184224
Fax: 96 3184217 **C/e:** lopez_mjorod@gva.es **Persona de contacte:** M^a José López Ródenas
-  **>GALICÍA_ Organisme:** Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia **Adreça:** Avda. Gonzalo Torrente Ballester, 1-5 bajo, 15707 Santiago de Compostela **Telèfon:** 881-999091 **Fax:** 881-999 089
C/e: esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacte:** Esther Álvarez Fernández
-  **>CASTELLA-LA MANXA_ Organisme:** Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha **Adreça:** C/ Berna, 1, 1ª planta, 45071 Toledo **Telèfon:** 925 284530
Fax: 925 226206 **C/e:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacte:** Alejandro Salcedo Aznal
-  **>EUSKADI_ Organisme:** Dirección de Consumo y Seguridad Industrial del Gobierno Vasco
Adreça: C/ Donostia-San Sebastián nº 1, 01010 Vitoria-Gasteiz **Telèfon:** 945 019924 **Fax:** 945 019947
C/e: n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacte:** Nekane Ribado Vitorica
-  **>EXTREMADURA_ Organisme:** Presidencia. Vicepresidencia 1ª y Portavocía. Dirección General de Consumo
Adreça: C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª planta 06800 Mérida (Badajoz) **Telèfon:** 924 008525 **Fax:** 924 008550
C/e: ana.grande@prs.juntaex.es **Persona de contacte:** Ana Grande Murillo
-  **>MADRID_ Organisme:** Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid
Adreça: C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28008 Madrid **Telèfon:** 91 5803200 **Fax:** 915803338
C/e: angel.escolar@madrid.org **Persona de contacte:** Ángel Escolar-Noriega Prieto
-  **>ARAGÓ_ Organisme:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón
Adreça: Vía Universitat, 36, 6ª Planta, 50017 Zaragoza **Telèfon:** 976 714792 **Fax:** 976 715609
C/e: formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacte:** Francisca Pérez Jiménez
-  **>CASTELLA I LLEÓ_ Organisme:** Agencia de Protección Civil y Consumo de la Junta de Castilla y León
Adreça: García Morato, 24, 47007 Valladolid **Telèfon:** 983 413196 **Fax:** 983 410078
C/e: cordelfr@jcyl.es **Persona de contacte:** Francisco Corzo Delibes
-  **>LA RIOJA_ Organisme:** Dirección General de Educación y Dirección General de Salud Pública y Consumo del Gobierno de la Rioja **Adreça:** C/ Gran Vía, 18, 26071 Logroño **Telèfon:** 941 291203 **Fax:** 941 291712
C/e: consumo.formacion@larioja.org **Persona de contacte:** M^a José Gómez de Segura Martínez
-  **>C. TENERIFE_ Organisme:** Dirección Insular de Innovación y Desarrollo de Proyectos del Cabildo de Tenerife **Adreça:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Telèfon:** 922 314501
Fax: 922 314511 **C/e:** ldominguez@cabtfe.es **Persona de contacte:** Luis Domínguez Rodríguez
-  **>CATALUNYA_ Organisme:** Agencia Catalana de Consumo **Adreça:** Gran Vía Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona **Telèfon:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **C/e:** aula.consum@gencat.net
Persona de contacte: Julià Guimerà Gargallo
-  **>MÚRCIA_ Organisme:** Dirección General de Consumo de Murcia **Adreça:** C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edif. Atlas 30071 Murcia **Telèfon:** 968 357188 **Fax:** 968 228366
C/e: mrosa.sancho@carm.es **Persona de contacte:** Maria Rosa Sancho Celdrán
-  **>ANDALUSIA_ Organisme:** Dirección General de Consumo. Consejería de Gobernación. Junta de Andalucía **Adreça:** Plaza Nueva, 4, 41071 Sevilla **Telèfon:** 955 041459 **Fax:** 955 041461
C/e: juanl.gomezcelis@juntadeandalucia.es **Persona de contacte:** Juan Luis Gómez de Celis
-  **>MELILLA_ Organisme:** Dirección General de Sanidad y Consumo de Melilla
Adreça: c/ Duque de Ahumada s/n (Edif. Mantelete), 52001 Melilla **Telèfon:** 952 699271 **Fax:** 952 699272
C/e: mangos01@melilla.es **Persona de contacte:** M^a Dolores Angosto Sánchez
-  **>NAVARRA_ Organisme:** Dirección General de Familia, Infancia y Consumo del Gob. de Navarra
Adreça: Parque de Tomás Caballero, 1 – 2ª planta, 31005 Pamplona **Telèfon:** 848 427739 **Fax:** 848 42 35 87
C/e: bberruac@cfnavarra.es **Persona de contacte:** Blanca Berruete Cilveti
-  **>BALEARS_ Organisme:** Dirección General de Consumo del Gobierno de las Islas Baleares
Adreça: c/ Paseo del Borne, 17/07012 Palma de Mallorca **Telèfon:** 971 176272 **Fax:** 971 176959
C/e: mdgarcia@dgconsum.caib.es **Persona de contacte:** M^a Dulce García Caballero
-  **>CANÀRIES_ Organisme:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias
Adreça: c/ León y Castillo, nº 200, Edf. Servicios Múltiples III, Planta 1ª, 35004 Las Palmas de Gran Canaria
Telèfon: 928 899323 **Fax:** 928 899768 **C/e:** mrvigom@gobiernodecanarias.org
Persona de contacte: M^a Luisa Rivero Gómez