

14 de Març, 2008



1^a edició

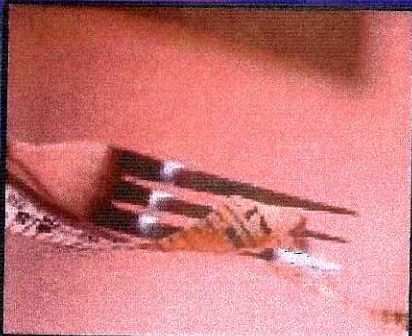
M. Q. M.

Mes que molt

1,80€



No et perdís el major concurs de cuina mai vist!



Dietes Si! Miracles No!



Entrevista exclusiva amb el President del mercat del barri de Sants.

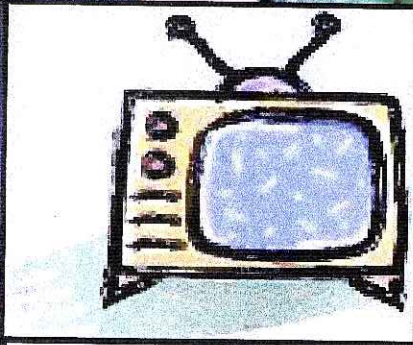
Comentem sobre un dia en la vida d'un comerciant.

I tots els temes més rellevants del mercat.

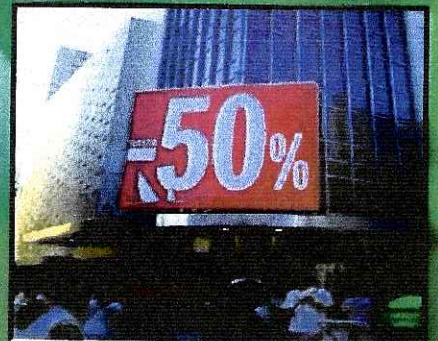
NO T'HO PERDIS!



Per un consum responsable



«No tot és el que sembla»



Què busquem realment?

Nom de la revista: *M.Q.M*

Elaboració

- Dia: *14 de Març*

- Any: *2008*

- Per: *Grup A&M's:*

Mireia Carmona

Marina Bosque

Marina López

Andrea Muñoz

Marta Bermúdez

- Bibliografia:

Cercador Google

Fitxes Pedagògiques Consumòpolis

Revista "El mercat de Sants"

Impress a: *GAM Copisteria S.L*

Editorial: *G.A.M*

Edició núm.: *1*

Amb la Col·laboració de:

Sr. Eleuteri Galinsoga

Professora Rosa Guillen

Professorat escola Josep Tous

Alumnes de Batxillerat de l'escola Josep Tous

Amics i Familiars del Grup



Index

- La publicitat enganyosa.....pàg.4
- Què és el que busquem realment?.....pàg.6
- Per un consum responsable.....pàg.8
- Diètes Sí! Miracles No!.....pàg.10
- Concurs de Cuina.....pàg.11
- Passatemps.....pàg.12
- Patrimoni Històric afectat pel futur.....pàg.14

La Publicitat Enganyosa

Què es la publicitat?

Reconeixem publicitat com tots aquells anuncis destinats a vendre un producte.

Hi ha diversos canals publicitaris, ja no solament es difon a través de la televisió, ràdio, pancartes, premsa escrita, sinó també per mitjà del telèfon, fax, correu electrònic i Internet.

Es podria dir que la televisió és un dels medis que rep majors ingressos per la seva activitat publicitària.

Com tota publicitat, la seva finalitat és persuadir, per això els seus missatges poden ajudar a triar el producte més adequat a les necessitats del consumidor, però un missatge poc clar també pot perjudicar els seus interessos econòmics, aquests anuncis podem denominar-los com publicitat enganyosa.

Exemples de publicitat enganyosa (TV)

Alguns de los anuncis enganyosos que se ven freqüentment son:

- Sobre la **salut**
- Sobre **reparació del crèdit**.
- Sobre Planes para **'enriquir-se ràpidament'**.
- Sobre mala **representació de productes**
- Sobre **Fraus de viatges**.

Què es la publicitat enganyosa?

Hi ha moltes companyies que desitgen que vostè sigui el seu client. Aquestes companyies normalment s'anuncien per televisió, per a cridar la seva atenció invertint molts diners en publicitat.

Alguns d'aquests anuncis poden ser enganyosos. De vegades aquest tipus de publicitat no inclou informació important, com ara: la naturalesa del producte o servei, la seva disponibilitat, el preu o la quantitat, la manera i data de fabricació o prestació, els resultats esperats, la identitat o qualificació de l'anunciant.. que vostè necessita saber per a poder prendre una decisió informada.

Altres vegades, aquesta informació apareix escrita en lletra petita. Les companyies que utilitzen aquest mètode, tenen com fi vendre el seu producte, i ho presenten d'una manera, que no sempre és com la realitat.

Com evitar el engany?

Les millors maneres per evitar ser enganyat es informar-se bé i no deixar-se influir.

Fes que els teus somnis

es facin realitat...

...i vola amb nosaltres
al món de la il·lusió

Vacances

ConsumFly

Que busquem realment?

Varem realitzar durant el període de les rebaixes, una enquesta a professors i alumnes del centre escolar Josep Tous i aquests van ser els resultats:

• *¿T'esperes a les rebaixes per comprar?*

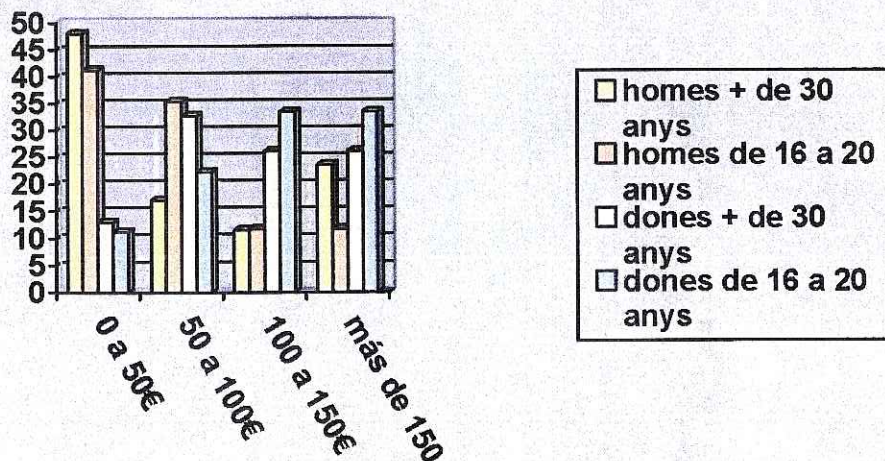
A aquesta pregunta només el 29,41% dels homes de més de 20 anys han contestat que sí, en canvi les dones més grans de 20 anys han contestat que sí el 58.7%. Entre els homes i les dones de entre 16 i 20 anys no hi ha tanta diferència, en els homes només un 11.76 diu que sí, i en les dones només un 11.11%.

• *¿Compres més perquè siguin rebaixes?*

En aquesta pregunta no hi ha hagut tanta diversitat en les respostes: els homes de més de 20 anys un 88.24% ha respost que no, en les dones de més de 20 anys un 71.74% ha respost que no, en els homes d'entre 16 i 20 anys un 47.06% ha respost que no i de les dones d'entre 16 i 20 anys un 44.44% ha respost que no.

• *¿Quant gastes?*

Per a tenir una visió més clara de les respostes d'aquesta pregunta, hem utilitzat un gràfic.



• **¿Trobades que els preus rebaixats valen la pena?**

Aquesta pregunta hi ha hagut uns percentatges bastants elevats: les dones de més de 30 anys un 89,13% pensa que sí que valen la pena, el 77,78% de les dones de entre 16 i 20 anys també ho pensen, i el 76,5% dels homes també comparteixen la opinió.

• **¿Trobades tot el que busques a les rebaixes?**

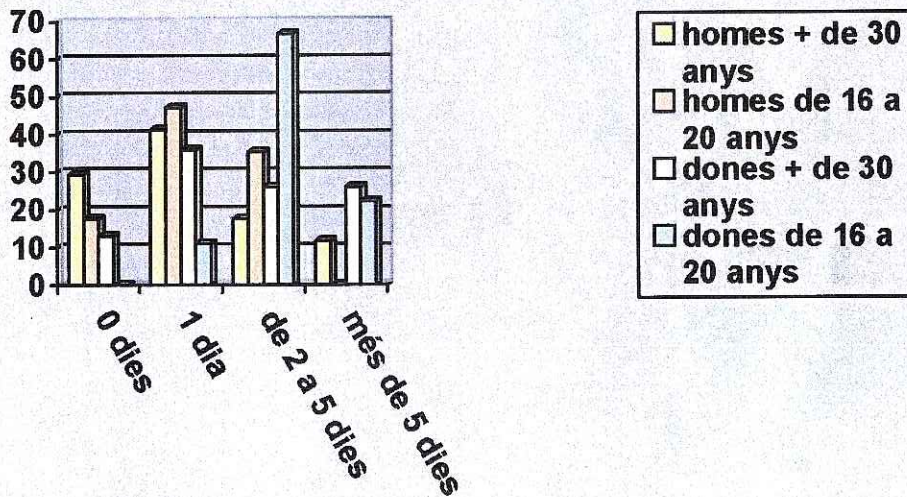
A aquesta el 100% dels homes d'entre 16 i 20 anys han contestat que no, el 76,5% dels homes de més de 30 anys han dit que sí, les dones de més de 30 anys han contestat que sí només el 17,40% i les dones d'entre 16 i 20 anys un 22,22%.

• **¿El que compres es per necessitat?**

Els homes d'entre 16 i 20 anys han contestat que sí un 41,2%, de les dones d'entre 16 i 20 anys un 22,22%, els homes de més de 30 anys un 23,53% i les dones de més de 30 anys un 63%. Aquestes dades ens porten a pensar que els homes de més de 30 anys i les dones d'entre 16 i 20 anys, compren més per caprici que no pas per necessitat..

• **¿Quant de temps dediques a les rebaixes?**

Per a tenir una visió més clara, aquí, també hem utilitzat un gràfic.



El consum conscient, un consum responsable

El terme consum conscient (o "consum responsable") es va sentint cada vegada més en diferents àmbits, i per cadascú pot tenir significats diversos. Pel CRIC vo

Ètica també en el consum

En les nostres activitats quotidianes actuem d'acord amb la nostra ètica: valorem allò que ens sembla bé o malament abans de prendre decisions.

En canvi, quan consumim és habitual prendre les opcions que se'ns presenten com a més "fàcils": barates, accessibles, de moda... El consum responsable intenta desfer aquest "divorci" entre el comportament com a ciutadans i com a consumidors: *valorem què ens sembla bé també a l'hora de consumir.*

Prendre les regnes de les decisions pròpies.

El consum responsable trasllada la presa de decisions des de la publicitat, el mimetisme social o alguns interessos particulars cap al criteri de cadascú.



Canviar l'actitud davant del consum.



Fer un consum responsable no es tracta simplement d'una elecció entre marques ni només de consumir "verd", sinó d'un replantejament de tota la manera de consumir.

Preguntem-nos primer si realment tenim necessitat o desig d'allò que anem a consumir, després de quantes maneres es pot satisfer aquesta necessitat o desig, i finalment, en cas de fer-ho a través del mercat, quina de les opcions que ens ofereix ens sembla més encertada.

Acció per al canvi social.

Hi ha moltes coses al món que no ens agraden: injustícies, degradació del medi...

El nostre consum hi té a veure, perquè amb cada acte de consum influïm sobre l'evolució de la societat.

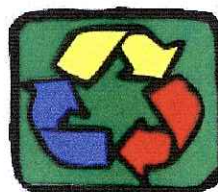


El consum responsable intenta que allò que potenciem amb el nostre consum no sigui contradictori amb el que volem potenciar a nivell social.

Alliberament, no obligació.

No es tracta de "complir amb l'obligació" de seguir unes normes que se'ns dicten; això ens fa sentir culpables i buscar excuses quan no podem fer-ho.

Al contrari, es tracta de sentir l'alliberament de fer allò que des de dintre sentim que és millor i ens fa estar més satisfets, de no estar lligats a necessitats falses, a modes o hàbits que no sabem ben bé perquè seguim, d'entendre millor com funciona el món en què vivim, de no participar en dinàmiques que no ens semblen correctes.



Practicar el consum responsable

- *Buscar informació, identificar les opcions més vàlides en cada moment, etc. és una bona inversió: el més segur és que practicar un consum responsable ens dugui, a disposar de més temps per a nosaltres.*
- *De vegades el consum responsable ens durà a escollir opcions que no són les més accessibles al mercat o que no són les més barates, però també arribarem a la conclusió que de fet deixar de comprar moltes coses ens aporta molts avantatges; a la llarga gastarem menys diners.*
- *Fer un consum responsable comença per una cosa tan senzilla com observar el nostre consum de cada dia. Moltes vegades el mateix sentit comú ens suggerirà canvis positius. No hem de tenir por o vergonya de prendre hàbits "estranyos" en la nostra societat, com anar a comprar amb el cabàs; el que hauria de ser estrany és que no siguin "normals".*

Dreamsópolis

La teua botiga de descans

Perquè ens importeu
tu i els teus

el Sostenible, 93

08093 - BCN

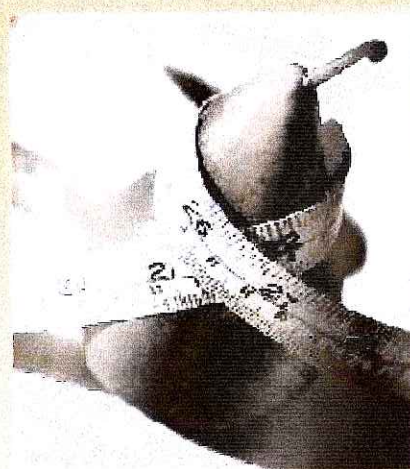
M.Q.

Diètes Sÿ! miracles No!

Hi ha grans indústries que aprofiten el problema mundial d'obesitat per vendre reemplaçaments alimentaris, suplementos nutritius, llibres i assessorament per internet, per ajudar a perdre pes. No obstant, especialistes en nutrició fan evident la ineficàcia d'aquests productes per aconseguir la tan anhelada reducció de pes.

Milions de persones es sotmeten a les anomenades diètes miraculoses per aconseguir la figura ideal recorren per això a tota una indústria del engany i venedora de somnis que a llençat reemplaçaments alimentaris i llibres sobre diètes.

Cada setmana apareixen nous medicaments que es fan famosos gràcies a la creixent recerca i persecució de la bellesa física i la extrema primesa.



El director de Nutrició de L'institut Nacional De Ciències Mèdiques afirma que aquestes diètes es basen en veritats a mitges "són un frau, ja que no estan avaluades científicament, vertaderes bombes de temps que poden ocasionar greus mals per la salut fins i tot posar la vida en perill" diu.



Els programes de reducció de pes que "aprimen perillosament" manquen de tot fonament, acaben sent contraproductius, ja que en poc temps perden la seva eficàcia, i el que és pitjor, ocasionen greus mals al produir complicacions.

El sobrepes continua, no sorgeix de la nit al matí, per tant, cal ser molt rigorosos i tenir molt en compte el consum de qualsevol píndola, dieta o "poció màgica" que prometi facilitar un ràpid aprimament.

S'afirma que encara existeixen molts consumidors vulnerables, que en la seva necessitat de creure en una solució màgica, accedeixen a participar en aquests frau, i els resultats inevitables, son la decepció i la pèrdua de diners i no de pes.

Sigues més llest que ells.

¡Les Sobres... ... no Sobren!



Saps què fer amb tot aquell menjar que et sobra després de cuinar?



*Si es així, fent-i ho saber
envia'ns la teua millor
recepta de sobres!*

*Apartat de correus 0893
08028 Barcelona*

*El guanyador tindrà l'oportunitat de presentar
la seva recepta juntament amb K. Arquiñano!*

*Cada setmana seran publicades
dos de las millors receptes rebudes
fins la data límit.*

Data límit 28 de Març 2008

Per qualsevol consulta truca al 902010020

*C
O
N
C
U
R
S

D
E

C
U
I
N
A*

PASATEMPS

SUDOKU

*

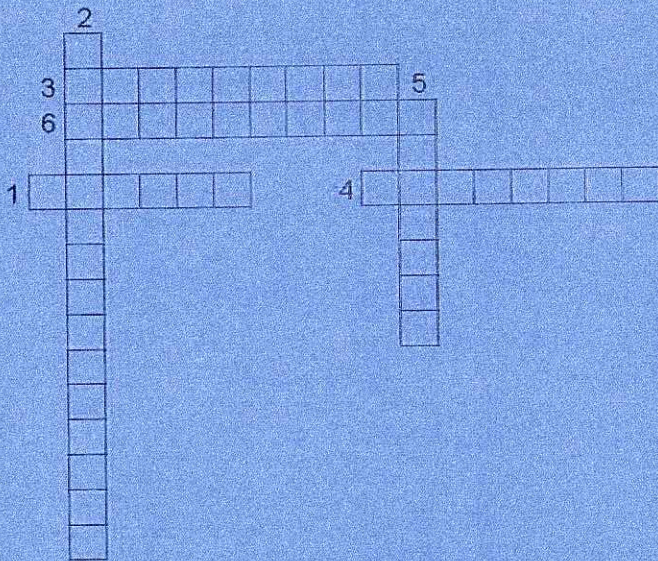
8	2	6	9	5		3	7	
1			3	6			5	
4	5	3	7	1		9	8	
			6	9	5		3	2
9	6	1					4	8
5			8	4	1			
	9	5		7	6	8	1	3
	1			8	3			9
	8			2	9	4	6	5

**

	6					8	1	4
5			6	4	8	9		2
8	2		9	1	7	3		5
1		7	5	2	3	6		
9	8	2				4	5	3
		6	4	8	9	1		7
4		3	1	8	5		8	9
6		8	3	7	2			1
2	1	5					3	

3	8	2	5		4			
9		6	1		7	4	3	2
	4	7	2	6		8	9	5
		3		5	1	2	8	9
5		1			8	3	6	7
6		8		7	9			4
	6	9		3	2	5	4	1
	1	5	8	4	6			
2	3		9		5	6	7	8

ENCREUAT



1. Apropiació final dels béns o serveis per a ús o propietat del públic

2. Capacitat que té tot subjecte actiu de dret de conèixer i d'acceptar les conseqüències d'un acte propi conscient i lliure

3. Reduir una part del consum o de l'ús que hom fa (d'una cosa).

4. Transformar (un material) per a ésser reutilitzat, no necessàriament en la seva forma original.

5. Potència activa d'un organisme, capacitat d'obrar, de produir, un efecte

6. Que permet la regeneració dels recursos o del medi.

SOPA DE LLETRES

Troba nou paraules.

m	n	r	a	s	o	s	t	e	d	n	i	m	i	l	o	u	j	m	o
a	f	c	d	e	s	t	a	t	a	l	v	i	a	r	e	x	d	c	z
z	b	b	i	r	d	e	g	r	a	d	a	b	l	e	d	t	y	x	e
r	e	c	i	y	r	e	r	s	p	o	d	a	b	l	o	s	q	r	l
h	s	c	y	z	x	d	r	e	s	p	o	n	s	a	b	l	e	f	b
s	d	g	d	g	f	d	ñ	g	ñ	l	a	d	j	d	c	x	r	i	
w	t	r	w	i	u	z	x	e	p	o	c	a	s	f	i	o	d	q	n
e	l	b	a	v	o	n	e	r	u	e	i	i	j	c	i	k	a	w	e
p	z	p	e	s	u	e	d	g	y	r	c	p	l	e	m	l	d	y	t
y	x	f	j	d	f	s	e	i	g	s	e	a	g	a	s	ñ	p	t	s
d	w	q	d	k	s	d	a	a	q	d	r	e	q	d	a	e	o	h	o
e	c	o	l	o	g	i	c	p	w	e	r	r	e	a	d	s	l	u	s

El horòscop de la setmana

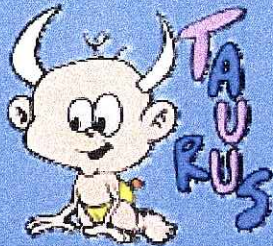
ARIES (21 Març - 20 Abril)

S'apropa el teu aniversari, ves amb compte amb els capricis, et poden sortir molt cars.



TAURO (21 Abril - 20 Maig)

Els negocis t'aniran molt bé i també les compres. Però recorda que el consum ha de ser responsable..



CANCER (22 Juny - 21 Juliol)

Estaràs ple d'energia per a prendre decisions acertades sobretot si es tracta d'un assumpte de negocis.



LEO (22 Juliol - 23 Agost)

Hauràs de vigilar de no passar-te amb els gastos o no arribaràs a fi de més.



LIBRA (24 Setembre - 23 Octubre)

Estaràs molt motivat/da per a començar nous projectes i tindràs una visió pràctica de les coses.



CAPRICORNIO (23 Decembre - 20 Gener)

Les tardes de compres resultaran satisfactòries, però no t'acostumis



GEMINIS (21 Maig - 21 Juny)

Rebràs una gran quantitat de diners, voldràs gastar-ho tot, però seria millor que estalviïs



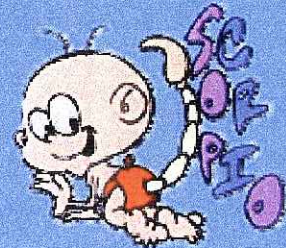
ACUARIO (21 Gener - 19 Febrer)

Et sentiràs frustrat/da per la pèrdua d'una peça de roba molt especial i molt cara.



ESCORPION (24 Octubre - 22 Novembre)

Et sentiràs molt optimista i tindràs ganes d'iniciar nous projectes.



SAGITARIO (23 Novembre - 22 Dic)

Serà un bon moment per tornar a agafar les coses que hagis deixat aparcades.



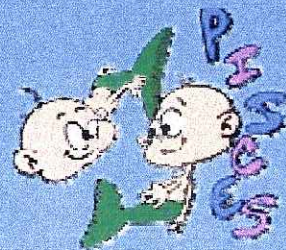
VIRGO (24 Agost - 23 Setembre)

En el terreny del treball et sentiràs una mica temorós/a a l'hora d'iniciar nous projectes.



PISCIS (20 Febrer - 20 Març)

A partir del teu aniversari et sents amb més forces per enfrontar-te a nous reptes.



El mercat de Sants

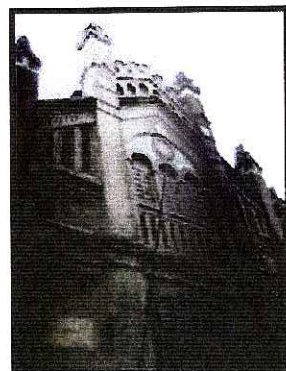
Patrimoni històric afectat pel futur



Un dia a la vida d'Eleuteri Galinsoga

El mercat de Sants es va instal·lar en els terrenys d'un antic hort, que tenien el nom "Hort Nou". El nom d'aquests terrenys va donar lloc a la denominació popular "Mercat Nou". En aquests terrenys, en 1982 es van iniciar les obres de construcció del mercat cobert, dissenyat per l'arquitecte Falqués i Urpí. Es va inaugurar en 1913.

Les reporteres de la revista "Més Que Molt" han dedicat tot un dia per fer una visita al senyor Eleuteri Galinsoga, ell ens informará de la situació actual del mercat de Sants.



Hola, bon dia! Per començar, ens agradaria saber, quin és el seu càrrec?

El meu càrrec és el de President de l'associació de venedors del mercat de Sants.

I com va accedir al seu càrrec?

Doncs, el càrrec es decideix dintre de la junta, en un assemblea que es fa cada dos anys, encara que jo, ja fa deu anys que estic amb el càrrec.

El càrrec és remunerat?

No, en realitat és per "amor al arte".

Canviant de tema, com és troba actualment la situació del mercat?

Tant el mercat com el consum d'avui dia, ja fa temps que ha canviat. Ha canviat en molts aspectes, i de moment es va treballant diferent al que estàvem acostumats, perquè la societat va

canviant i hem de renovar les vendes, es a dir, no es que el mercat vagi malament, sinó que el consum ha canviat en general.

Quines creu que han estat les causes?

Crec que les causes han estat diverses, per la manera que es menja, la incorporació de la dona en el món laboral... no es podrien definir exactament.

Creu què el mercat tindrà futur?

Bé, ja estem començant a remodelar el mercat per aconseguir una imatge més moderna, també em incorporat parades de menjar preparat. Adeqüem els àmbits del mercat mirant cap al futur. Per exemple, fa dos anys el mercat va introduir parades de servei a domicili, perquè per problemes de les obres de l'AVE, moltes de les parades de la Riera de Tena, les

van tancar. Aquest servei busca la comoditat de la clientela, es dirigit per una associació de disminuïts vàlids.

S'hi recicla en el mercat?

Sí, l'any 2000 ja es va fer un conveni amb BCNeta i amb l'institut de mercats de l'ajuntament. I vam ser el mercat pilot per reciclar, que a més, també tenim contenidors per a la verdura, la brossa i tenim una màquina compactadora de cartró. tot el que s'acumula s'ho emporten.

Creu que hi ha competència amb els supermercats?

No, no crec que sigui competència. Els supermercats funcionen per la rapidesa, en canvi, el mercat, a més de comprar el que vols, parles amb els venedors, t'aconsellen... En definitiva, es un tracte més càlid que en els supermercats. Però, potser la gent d'avui dia, no és el que busca.

Creu que l'AVE ha empitjorat la situació del mercat?

Si, el mercat i tot el seu entorn. Els paradistes de fora són els que més pateixen pel pas constant de camions cap a les obres. Sovint han hagut de treure la roba i els objectes que tenen penjats a les parades exteriors, abans que els camions les facin malbé. Amb aquest tema i d'altres s'han disminuït un 40% les vendes, perquè, es clar, hem quedat aïllats.

Quins altres canvis han patit les parades del voltant?

Algunes parades del voltant han hagut de tancar, d'altres es traslladen.

Han rebut alguna inversió per part del govern?

No, del govern no, l'institut de mercats ens està ajudant en el que

és el servei a domicili, la vigilància... Ara, estem esperant que ens donin l'abonament que ens van prometre, de la brossa i el reciclatge.

Es pensa fer algun tipus de remodelació en el mercat, com en el d'Hostafrancs?

A veure, aquí, es faria diferent, es conservarà la façana, ja que es patrimoni històric, i es llençaran les parades a terra i se'n farà de noves. Es farà el màxim per tornar-li la vida al Mercat. Quan acabin les obres de l'AVE, es començarà la remodelació del mercat, mentre es faci, el que farem serà traslladar les parades del mercat a la Rambla Badal.

Han notat molt la diferència en la clientela d'abans i d'ara?

Sí, és una cosa molt curiosa. Ens hem adonat que la joventut d'ara que ve a comprar sap el que vol comprar.

Moltes gràcies per la seva atenció.

A&M's i Consumòpolis

Som un grup de cinc noies de l'escola Josep Tous del barri de Sants de Barcelona: Marta Bermúdez, Marina Bosque, Mireia Carmona, Marina López i Andrea Muñoz. Formem el grup anomenat A&M'S coordinat per la professora Rosa Guillen.

Al principi d'aquest curs vam decidir participar en un concurs del que n'estàvem assabentades anys enrera: "Consumopolis" patrocinat per l'Agència Catalana del Consum.

La novetat i l'interès ens van dur a apuntar-nos-hi.

Vam començar pensant el nom del grup (A&M'S) que va sortir de la combinació dels nostres noms.

Una vegada teníem el nom, ja vam començar. El primer que vam fer va ser respondre un seguit de preguntes relacionades amb el consum. Vam poder incrementar els nostres coneixements sobre aquest tema i ens ho vam passar bastant bé.

Però les coses es van començar a complicar a l'hora de començar la segona fase: l'elaboració d'una revista. Compaginar el treball amb els estudis no va resultar gens fàcil. Mai ens havíem vist embolicades en les dificultats de l'elaboració d'una revista.

No sabíem per on començar. L'estrès i l'angoixa ens van acompanyar durant tot el camí i alguns imprevistos van fer que molts cops perdéssim la il·lusió i les ganes de continuar. El moment en el que més ens vam desanimar va ser quan ens vam assabentar que la revista s'havia d'elaborar en català i nosaltres la teníem feta en castellà.

Tot i així hem pogut trobar les seves coses positives, com ara: valorar el treball en equip, conèixer persones noves...

Podríem dir que ha estat una nova i bona experiència, que sens dubte repetiríem.



Atentament: Grup A&M's