



## CATALUNYA

### L'ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA OBRE LES PORTES A PRIMÀRIA



**EDUCAR EL  
CONSUM  
CREANT  
ESCENARIS  
A L'AULA**



## CONSUMÓPOLIS 2

Des de l'Institut Nacional del Consum i les direccions generals de consum de les comunitats autònomes s'organitza el Joc Concurs, «Consumópolis», els continguts del qual versen sobre temes relacionats amb el consum, i més concretament, amb productes i serveis relacionats amb els joves.

L'objectiu del concurs és que els participants realitzin dia a dia un consum responsable, sense que això afecti la seva qualitat de vida i el seu benestar. Es tracta de seguir les pautes de les quatre «C»: Conèixer, Comprendre, Comparar i Consumir.

Poden participar-hi alumnes de 3r Cicle de Primària, 1r i 2n Cicle de Secundària, en grups de cinc alumnes del mateix nivell i coordinats per un professor o professora.

El concurs consta de dues parts. La primera són proves de caràcter pedagògic i lúdic, i es resolen de manera individual a través d'Internet.

Al portal del joc apareix una ciutat virtual on cal resoldre-hi quatre escenes: la casa, l'escola, el carrer i anar de compres. En cadascuna cal resoldre un qüestionari. Es poden fer diversos intents fins a resoldre'l satisfactòriament, però heu de tenir en compte que, com més intents es realitzin, menys punts s'aconsegueixen. Una vegada superada aquesta part pedagògica, s'accedeix a la prova lúdica, en la qual cal resoldre un joc d'habilitat i reflexió. Aquests jocs no puntuen, però permeten aconseguir pistes o indicis per resoldre la prova final.

En les bases del joc s'estableix un calendari per accedir i poder resoldre cada una de les escenes.

En la segona part de Consumópolis, es treballa en equip i la temàtica

canvia en cada convocatòria. A tall d'exemple, en la convocatòria 2006-07 es demana elaborar una campanya publicitària que fomenti els valors del consum responsable i ha de constar d'un eslògan, una falca, un espot, un tríptic i un cartell tipus pòster. Unit a això, s'elaborarà una memòria en la qual s'explicarà com s'ha organitzat i s'ha dut a terme el treball del grup.

Per resoldre les proves i elaborar el treball, es compta amb fitxes informatives localitzades a la web del joc, que es poden descarregar per treballar amb més comoditat.

Les fases del joc són eliminatòries, per poder passar a la segona, tots els membres de l'equip han de superar la primera i en les dates establertes a les bases del joc.

El lliurament de premis es fa en dues fases:

En la primera, cada comunitat autònoma que col·labora en aquest concurs és responsable d'avaluar els treballs i seleccionar els guanyadors de la seva comunitat en cada nivell de participació.

En la segona fase, les comunitats autònomes participants presenten els guanyadors de cada nivell educatiu, els quals participen en la Fase Nacional del Concurs, que se celebra a Madrid. Un jurat nacional designa els guanyadors. Cada participant rep un premi.

PER A MÉS INFORMACIÓ PODEU CONSULTAR LA WEB:  
[www.consumopolis.com](http://www.consumopolis.com)

### CONSUMÓPOLIS 2

Durant el Curs Escolar 2006-2007 la Comunitat Autònoma d'Extremadura i la resta de comunitats autònomes juntament amb l'Institut Nacional de Consum organitzen el II Concurs Escolar, via Internet, per a joves escolaritzats del Tercer Cicle de Primària i del Primer i Segon Cicle d'Ensenyament Secundari Obligatori: Consumópolis II.

El tema escollit per aquesta edició «Consum responsable i qualitat de vida», té l'objectiu de sensibilitzar els joves escolars de la importància que té realitzar un consum responsable i jugar-lo amb el benestar i la qualitat de vida, tant d'ells com de les persones del seu entorn. Per això s'han de seguir les pautes de les 4 «C»: Conèixer, Comprendre, Comparar i Consumir, amb l'objectiu d'arribar a ser consumidors conscients, crítics, solidaris i responsables.

Així mateix, es pretén 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 dos nivells de desenvolupament: un primer nivell que es realitzarà en línia i en el qual, a través del joc Consumópolis II, els equips hauran de resoldre un conjunt de qüestions lúdiques i de continguts pedagògics, i un segon nivell en el qual els equips col·laboraran en l'elaboració d'una campanya publicitària i una memòria escrita sobre la participació de l'equip al concurs.

El Concurs també tindrà dues fases de participació: una fase autònoma, organitzada en el nostre cas per la Conselleria de Sanitat i Consum, a través de la Direcció General de Consum i Salut Comunitària i de la qual sortiran els equips guanyadors de cada etapa educativa. La classificació dels premis en la fase autònoma seran:

PARTICIPANTS	PRIMER PREMI	SEGON PREMI	TERCER PREMI
TERCER CICLE ENSEYAMENT PRIMARI	800,00 €	600,00 €	300,00 €
PRIMER CICLE ESO	800,00 €	600,00 €	300,00 €
SEGON CICLE ESO	800,00 €	600,00 €	300,00 €

Una fase nacional, organitzada per l'Institut Nacional del Consum en què participaran els guanyadors de les comunitats autònomes.

A partir del 15 de setembre es posarà en funcionament la pàgina web dissenyada per al concurs, [www.consumopolis.com](http://www.consumopolis.com), a la qual es podrà accedir directament o a través de la nostra pròpia pàgina d'Internet: [www.saludextremadura.com](http://www.saludextremadura.com).

### Memòria Pla Quadriennal 05-06

La memòria recull informació i un annex fotogràfic sobre els 34 projectes subvencionats a la tercera fase del III Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor del Govern de Cantàbria i on tenen una cabuda especial els projectes que van ser guardonats. I un petit resum sobre els guanyadors de la fase autònoma de Cantàbria del concurs escolar sobre consum responsable «Consumópolis», organitzat per l'Institut Nacional del Consum i les direccions generals de les comunitats autònomes competents en consum.



### Canvi d'adreça de la Direcció General de Consum de Múrcia

L'adreça és la següent:  
C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edificio Atlas  
30.071 Murcia  
Telf. 968 35 71 88  
Fax. 968 22 83 66  
[www.murciaconsumo.com](http://www.murciaconsumo.com)  
C/e: [mrosa.sancho@carm.es](mailto:mrosa.sancho@carm.es)

### L'autobús del consumidor

Escolars d'Educació Primària de 20 municipis de la Comunitat de Madrid van participar el passat mes d'octubre en el projecte denominat Autobús del Consumidor.



Durant la visita de l'autobús a cada localitat, els escolars van poder visitar aquesta unitat mòbil, van jugar al joc de La Ruleta de Consum, creat específicament per aquesta campanya, i van participar en la gimcana educativa desplegada en els centres escolars. La gimcana consistia en un circuit en què els estudiants havien de superar proves i sumar punts per aconseguir la Copa de Consum; les proves es van dividir en tres àrees: medi ambient, salut i seguretat. Amb això, s'ha buscat inculcar hàbits positius relacionats amb el reciclatge, l'alimentació saludable, el consum responsable i l'esperit crític davant de la publicitat.

L'Autobús del Consumidor és una unitat mòbil en què els ciutadans de municipis petits, que no tenen oficina municipal d'informació al consumidor, han pogut realitzar consultes, presentar reclamacions i conèixer de prop el Portal del Consumidor de la Comunitat de Madrid.

### Informació i protecció dels joves europeus

## Agenda Europa i Gida del Professorat



Drets del consumidor  
Protecció Mediambiental  
Consum Sostenible

- L'Agenda Europa serveix de suport:
- Per al desenvolupament curricular.
  - Per a les classes de tutoria.
  - Per a la diversificació curricular.
  - Per a la futura assignatura de Ciutadania.
  - Per a les activitats complementàries, extraescolars, etc.

Les agendes i les guies del professorat són **gratuïtes** i són distribuïdes per la Comissió Europea i la Fundació Generation Europe.

**És una gran oportunitat per al vostre centre, però afanyeu-vos - Qui abans les sol·liciti, té prioritat!**

- L'agenda va dirigida a l'alumnat de 1r d'ESO.

- Per a més informació: [www.generation-europe.org](http://www.generation-europe.org)  
[www.infoconsumo.es/agendaeuropa](http://www.infoconsumo.es/agendaeuropa)  
[docu@escuelaec.e.telefonica.net](mailto:docu@escuelaec.e.telefonica.net)



Guia del Professorat inclosa!

## >EDITORIAL

La revista XARXA compleix quatre anys de vida amb aquest número. Podem afirmar que s'ha consolidat com un excel·lent instrument de comunicació entre els membres de la XARXA i el professorat a qui va dirigit. Ens hem d'alegrar de la feina feta, la qual cosa ens dóna forces per continuar.

En aquest número destaquem, a més dels articles de cada comunitat autònoma, tres esdeveniments d'interès per a l'Educació dels Consumidors:

- > Consumópolis (organitzat per l'INC i les CCAA), que després de l'èxit del primer any, aquest segon comença amb formidables xifres de participació.
- > L'Agenda Europa: aquest any tindrem 75.000 exemplars gratuïts per repartir entre l'alumnat de 1r d'ESO.
- > La Trobada de la XARXA E-CONS, Comenius 3 a Roma, amb més de 150 participants, magnífiques ponències, molts projectes i una excel·lent exposició de materials didàctics.

Tota aquesta feina no hauria estat possible sense la col·laboració activa de moltes persones, a qui des de la coordinació volem agrair la seva tasca continuada i el seu entusiasme.

LA COORDINACIÓ



Segon Semestre 2006 N° 8

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](mailto: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<sup>a</sup> 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)

Carmen Herrero Álvarez (Castella i Lleó)

M<sup>a</sup> José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)

Luís Domínguez Rodríguez (Canàries)

Julià Guimerà Gargallo (Catalunya)

M<sup>a</sup> Rosa Sancho Celdrán (Múrcia)

Elena Suárez Mariscal (Andalusia)

M<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez (Melilla)

Blanca Berruete Cilveti (Navarra)

Disseny portades i maquetació: M<sup>a</sup> Isabel Gómez Bedia

Disseny i maquetació: M<sup>a</sup> Luisa Lavín Solana

Impressió: J. Martínez S.L.

Dipòsit legal: SA-1486-2004

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

<b>CANTÀBRIA</b>	Liurament dels premis de la Tercera Fase del III Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor_ Tallers pràctics sobre consum	4
<b>ASTÚRIES</b>	I Concurs «Reutilitza i Juga»	6
<b>COMUNITAT VALENCIANA</b>	Quan l'escola obre les portes y finestres al món	8
<b>GALÍCIA</b>	«Consum responsable... al Seis»	10
<b>CASTELLA-LA MANXA</b>	Xarxa de Comerç Just de Castella-La Manxa	12
<b>EUSKADI</b>	Kontsumoa eta Nagusiak	14
<b>EXTREMADURA</b>	Formació a tots els nivells 2 <sup>a</sup> Trobada Europea de Professors de la Xarxa E-CONS	16
<b>MADRID</b>	Un joc accessible a tots	18
<b>ARAGÓ</b>	Activitats d'educació per al consum, al C.P Jerónimo Blancas y Tomás de Saragossa, l'any 2006	20
<b>CASTELLA I LLEÓ</b>	La Dieta Equilibrada: la importància de l'esmorzar	22
<b>LA RIOJA</b>	La calor que es dissipa	24
<b>CANÀRIES</b>	Programa de Formació i Educació 2006/07	26
<b>CATALUNYA</b>	L'Escola del Consum de Catalunya obre les portes a Primària_Educar el Consum creant escenaris a l'aula	28
<b>MÚRCIA</b>	L'Educació del Consumidor en Múrcia	30
<b>MELILLA</b>	Jornades i lliurament de premis sobre Educació del Consumidor	32
<b>NAVARRA</b>	«Taller de Publicidad» (Projecte 2005-2006)	34
<b>TROBADA ROMA</b>	>36	
<b>ADRECES D'INTERÈS</b>	>38	
<b>RESSENYES</b>	>39	

# Lliurament dels premis de la Tercera Fase del III Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor

El 19 de juny de 2006 va tenir lloc el lliurament de premis de la tercera fase del III Pla Quadriennal d'Educació del Consumidor a l'escola. Els premis, amb una dotació de 1.000 euros cadascun, més un premi d'excel·lència de 1.500 euros, van correspondre als següents centres escolars.

El premi d'**Educació Infantil** va ser per al CP Mateo Escagedo Salmón de Cacicedo de Camargo. El seu projecte *Tita, la gotita viajera*, enfocat des de la perspectiva de l'Educació ambiental i coordinat per Rosa Inés González Puente, intenta apropar els alumnes al medi natural del seu entorn, de manera que desenvolupin una sèrie d'hàbits, valors i coneixements de respecte i cura amb tot allò que els envolta.



En **Educació Primària** el premi va correspondre al projecte titulat *D.E.R.R.O.C.H.A.*, coordinat per Ramón Gandarillas López i Angelines Jorrín Salces del CP Mateo Escagedo Salmón de Cacicedo de Camargo. Es tracta d'un projecte que parteix de les necessitats detectades al centre amb relació al consum. Els continguts es plantegen d'una forma global i els blocs temàtics que s'aborden són diversos; consum i medi ambient, alimentació, opcions de lleure, roba, etc.



L'IES Las Llamas de Santander amb el seu projecte *Luces y... ¡Acción!*, coordinat per Antonio J. Sants Polanco, va obtenir el premi d'**Educació Secundària Obligatòria**. Les fonts d'energia, les seves característiques, la interpretació dels diferents rebuts energètics d'una llar, les tècniques d'estalvi energètic, les directives



energètiques a la UE i la seva incidència en el consum de cada un dels estats membres, etc., són alguns dels continguts tractats.

Amb el projecte *Violencia a golpe de Clic: violencia, motivaciones y ayuda después del videojuego*, coordinat per Pedro Luís Díez Velasco, l'IES La Granja de Heras va obtenir el premi de **Batxillerat**. Els objectius del projecte van ser: donar a conèixer i aplicar mètodes d'investigació psicològica de



forma adequada al tema que es tractava, comparar el comportament de les persones abans i després de consumir videojocs violents, i finalment difondre les conclusions de la investigació entre els companys i altres estudiants, per prendre consciència de la repercussió del seu ús.

El premi de **Formació Professional** i el premi d'**Excel·lència** van recaure en el projecte titulat *Sano, sabroso, barato y fácil de hacer. Una propuesta alimentaria* de l'IES Manuel Gutiérrez Aragón de Viérnoles, coordinat per Fernando Portal María. El tema escollit van ser els recursos econòmics utilitzats pels joves a l'hora d'alimentar-se

en el temps de lleure. Entre els objectius que es van abordar hi ha: conèixer les opcions alimentàries dels joves, especialment en el seu temps de lleure, des de la seva perspectiva econòmica i de la salut; analitzar, des del punt de vista de l'economia i de la salut, les ofertes alimentàries de què disposen els joves en el



seu temps de lleure; realitzar una proposta d'alimentació assequible des del punt de vista econòmic, a més de sana, saborosa i fàcil de fer per als joves en el seu temps de lleure, i difondre els materials generats a l'àmbit autonòmic, nacional i europeu.

En **Educació d'Adults** el premi va ser per al projecte *La vuelta al mundo de un tejano* del Centre d'EPA de Cabezón de la Sal, coordinat per Montserrat Aguirre Cabeza. El projecte tracta els temes de comerç just i consum responsable a través d'una anàlisi detallada de les diferents peces (botons, teles, tints...) que componen una peça de vestir tan mundialment usada com són uns texans, així com de les condicions de treball en les quals s'elabora i de la importància de realitzar-ne un consum responsable.



# Tallers pràctics sobre consum

Des de la inauguració de l'Escola Europea de Consumidors del Govern de Cantàbria el 1998, es realitzen diàriament tallers pràctics sobre consum dirigits a tot l'alumnat dels diferents nivells educatius (Educació Infantil, Primària, Secundària Obligatòria, Batxillerat, Formació Professional, Cicles Formatius de Grau Mig i Superior, Educació Especial, Educació d'Adults, Garantia Social) i tot tipus d'associacions.

Els tallers tenen l'objectiu d'apropar l'alumnat dels diferents nivells educatius al món del consum d'una manera pràctica. Actualment s'imparteixen de manera gratuïta els tallers següents;



## TALLER DEL SUPERMERCAT

> Anàlisi d'etiquetatge.

- > Dieta: coneixement de la roda de l'alimentació, dieta equilibrada.
- > Drets del consumidor en la compra: fulls de reclamació, legislació.
- > Pràctica de tècniques de compra: preparació de llista, pressupost.
- > L'abecedari del consum.
- > Enfonsarem el vaixell si sabem alimentar-nos

## ANÀLISIS PRÀCTIQUES DE LABORATORI

- > Determinació de fècula als embotits i determinacions de greix.
- > Anàlisi de teixits.
- > Coneixem els additius i els investiguem de manera pràctica.
- > Diferenciem allò natural d'allò artificial.

## TALLER DE PUBLICITAT

- > Anàlisi de publicitat en premsa, televisió, revistes...
- > Tècniques usades en publicitat.
- > Elaborem el nostre propi anunci.

## TALLER D'ECOLOGIA

- > Reciclatge de paper i elaboració de materials de reciclatge.
- > Anàlisi de plàstics.
- > Separació i selecció d'escombraries.
- > Recorregut mediambiental.
- > Joc del Noco.
- > Compra ecològica.

## TALLER DE SEGURETAT

- > Anàlisi de joguines i estris escolars.
- > Seguretat a la llar i en el temps d'oci.
- > Pírcing i tatuatges.

## TALLER DE COSMÈTICS

- > Aprenem a conèixer i a escollir un perfum.
- > Elaboració de cremes i sals de bany.
- > La història dels cosmètics: evolució, coneixement, aplicació...

## TALLER DE LA JOGUINA

- > Com es fabrica una joguina (vídeos didàctics).
- > Etiquetatge de la joguina.
- > Fabriquem la nostra pròpia joguina i l'etiquetem.

## TALLER DE COMERÇ JUST

- > Coneixem l'origen del que comprem.
- > Reflexionem sobre les condicions de treball en alguns països del Sud.
- > Descubrim el paper del consumidor dins el procés de producció.

## TALLERS PER A PERSONES ADULTES

- > Anàlisis comparatives d'aliments.
- > Proves cegues de sabor.
- > La compra al supermercat.

# I Concurs

## «Reutilitza i Juga»

Les Festes Nadalenques, que cada any sembla que comencen abans, són dates en les quals el consum excessiu és molt present: tot el món menja i beu més de l'habitual, els regals per a amics i familiars es multipliquen, els carrers dels pobles i ciutats així com les botigues estan ben guarnits, els infants gaudeixen jugant amb totes les joguines que han recollit en aquestes dates..., aparentment tothom és feliç i tot està molt bonic, però no ens aniria malament reflexionar durant un minut per adonar-nos de quines són les conseqüències de tot això per a algú tant més important que nosaltres: **EL MEDI AMBIENT**, el qual ens envolta i és on vivim tots els dies, encara que moltes vegades sembla un estrany al qual no parem massa atenció.

Doncs bé, des de l'**Oficina Municipal d'Informació al Consumidor** i el **Centre de Formació del Consumidor de Vegadeo**, vam fer aquest exercici de reflexió i després de pensar uns minuts, van aparèixer a les nostres ments muntanyes i muntanyes de paper, cartró, vidre, envasos de tot tipus..., que en res no s'assemblen als paisatges nadalencs de les postals que enviem al Nadal.

Amb tot això al cap, se'ns va ocórrer una idea fantàstica. Amb el patrocini de l'Agència de Sanitat Ambiental i Consum del Principat d'Astúries i la col·laboració de l'Excm. Ajuntament de Vegadeo, vam organitzar un Concurs de títol: «**REUTILITZA I JUGA**».



Aparentment sonava bé però havíem de desenvolupar aquesta idea. D'una banda **REUTILITZARÍEM** les muntanyes d'escombraries i de l'altra **JUGARÍEM**, per això el concurs aniria dirigit a escolars des d'educació infantil fins a sisè de Primària. Es podien presentar tant joguines com jocs, tots construïts exclusivament amb materials reutilitzats, quedant eliminats aquells que no complissin aquest requisit.



A la fitxa tècnica que acompanyaria cada joguina es detallarien els materials utilitzats en la construcció, així com les instruccions de maneig i ús. Els alumnes d'Educació Infantil, que sempre queden una mica oblidats en els concursos, podrien participar presentant un treball per aula amb ajuda de la seva tutora, mentre que els alumnes de Primària presentarien treballs de forma individual en cadascuna de les categories (des de 1r de Primària fins a 6è).

Com en tot concurs es van establir uns premis: per a les aules d'infantil 180 euros per aula premiada, amb un diploma i un obsequi elaborat amb material de rebuig per als alumnes guanyadors i la seva tutora. El premi per als alumnes de primària consistiria en 100 euros per treball premiat (un per a cada categoria), diploma i obsequi per al guanyador o guanyadora. Els premis no serien en metàl·lic, sinó bescanviables per material escolar o esportiu.

Doncs bé, amb aquestes dades, ens vam disposar a enviar la informació als centres escolars que durant el curs escolar havien visitat el Centre de Formació del Consumidor de Vegadeo. Transcorregut el termini de presentació dels treballs la sorpresa va ser molt grata. La nostra idea havia aconseguit sensibilitzar la població a la qual anava dirigida.

Es van presentar al concurs un total de 196 treballs d'una gran qualitat, tot un èxit tenint en compte que vivim a la zona occidental d'Astúries i els centres escolars estan ubicats majoritàriament en zones rurals o viles petites. Elegir els guanyadors seria una feina bastant difícil però valia la pena examinar totes i cadascuna de les joguines. Aquesta aventura ens ajudaria a descobrir la imaginació dels infants i alhora podríem apreciar la feina de les seves petites mans.

Com que volíem que els infants fossin els protagonistes de tot això, vam elegir un jurat infantil format per un membre de cada categoria (des d'infantil, 4 anys, fins a 6è de Primària) i un jurat adult. El jurat adult valoraria les qüestions més tècniques dels treballs com la varietat de materials utilitzats, creativitat, elaboració, ■ ■ ■ ■ ■

enginy... Mentre que la valoració infantil seria molt més senzilla, però no per això menys important, simplement havien de respondre a la següent pregunta: **Quina joguina m'agrada més per jugar?**

Hem de dir que l'experiència va ser genial, els infants van entendre perfectament el que havien de fer i en molts casos la seva decisió va canviar la dels adults.



El jurat es va reunir el 26 d'Abril de 2006 i després d'una de llarga tarda de feina van resultar premiats els següents treballs:

1. **Infantil de 3 anys:** «EL FUTBOLÍN», presentat pels alumnes de l'escola **José García Fernández de Luarca**.
2. **Infantil de 4 anys:** «CASTILLO MEDIEVAL», presentat pels alumnes del **C.P. Ramón de Campoamor de Navia**.
3. **Infantil de 5 anys:** «LA GRANJA», presentat pels alumnes del **C.R.A. OCCIDENTE (Escola de Taramundi)**.
4. **1r Primària:** «HUEVO SAURO», presentat per César Legaspi del **C.R.A OCCIDENTE (Escola de San Tirso de Abres)**.
5. **2n Primària:** «LAGUITARRA», presentat per Alba M<sup>a</sup> Calzón Cano, de l'escola **José García Fernández (Luarca)**.
6. **3r Primària:** «LA GRANJA», presentat per María Álvarez Anes de l'escola **Santo Domingo (Navia)**.
7. **4t Primària:** «EL POLLITO», presentat per Martín Díaz Fernández, de l'escola **Santo Domingo (Navia)**.
8. **5è Primària:** «LA NORIA», presentat per Nati Lacueva Rodríguez, **C.P. Ramón de Campoamor (Navia)**.
9. **6è Primària:** «CASA COLORES DE LADIVERSIÓN», presentat per Noelia Fernández Araujo, Carla Ferrería González, Vanesa Méndez González, Pilar Ruth Labbe Mastache i Paz Tovar Méndez- Castrilló, de l'escola **Santo Domingo (Navia)**.
10. **Accésit 6è Primària:** «NAVE ESPACIAL», presentat per M<sup>a</sup> Elena Oliveros Vijande, de **C.P. JOVELLANOS (Vegadeo)**.
11. **Premi al més original:** «APESCAR MEDUSAS», presentat pels alumnes d'Infantil 5 anys, del **C.P. Pedro Penzol (Puerto de Vega)**.

Encara que aquests han estat els premiats, volem destacar tots els treballs, que malgrat no estiguin a la llista, podrien estar-hi per l'esforç dedicat i el treball fet.

Gràcies a tots, nens i nenes, professors i professores, que heu fet possible que la nostra idea es fes realitat, el MEDI AMBIENT també us ho agrairà. **RECORDA: «REUTILITZA I JUGA». «LAMILLOR JOGUINA ÉS LA TEVA IMAGINACIÓ».**

Montserrat Quintana López  
Responsable del Centre de Formació del Consumidor (Vegadeo)

# Quan l'escola obre les portes i finestres al món

## Projecte Comenius 1.1. d'Educació del Consumidor

**Recordo de la meva infantesa aromes, sons, sabors, persones, accions, gestos, que fan de la meua vida un espai ben referenciat, curós amb l'oblit, agraït per totes les experiències viscudes. La vànova brodada a mà, els pots de conserva que s'usaven una i una altra vegada, la lletera per comprar la llet, els envasos retornables i la bossa de roba per comprar el pa, les fustes sempre útils fins que només servien per a encendre el foc, i sobretot la porta de casa i les finestres per ventilar bé la casa sempre obertes, a l'estiu més temps i a l'hivern l'imprescindible, els tènues llums que ens il·luminaven, perquè «corria el comptador» i l'aigua de la font.**

Aquesta exposició pretén ser una aproximació de la vida als pobles, en molts casos mancats de recursos però sempre respectuosos amb el medi, tenint en compte els pocs recursos de què es disposava. És el punt de partida d'un món que ha canviat notablement però que ha de continuar sent constructiu, respectuós, solidari, company i obert.

Mantenir en el millor estat l'herència dels nostres avantpassats, mirant alhora el futur, em permet fer referències al títol d'aquest article, el record de portes i finestres obertes de forma física i també amb referència a la necessitat de viure, de nodrir-se d'experiències com més diverses millor. Aprendre, per a la vida, l'obertura a l'experiència com a eix vertebrador dels processos d'ensenyament i aprenentatge.

Els entorns rural i urbà presenten moltes similituds, però també molts elements i circumstàncies que els fan ben diferents, específics i veritablement particulars; diferències que van des del més fàcilment contrastable com el nombre d'habitants, els mitjans de vida, els serveis, l'habitatge, l'ambient, el valor del temps, el món de les relacions... Fins aquells que són menys apreciables, però que marquen el ritme i defineixen ambdós mons, com l'ús del temps de lleure, el joc infantil, les alternatives, les motivacions, el valor de les coses, el carrer... I en gran mesura l'escola.

En els últims temps, el medi rural en general i l'escola rural en particular han evolucionat de forma ràpida i substancial; hem de treballar aspectes que els serveixin en la seva formació, com per exemple l'educació del consumidor o la dimensió europea de la ciutadania.

El nostre Projecte Educatiu de Centre està impregnat de la filosofia esmentada anteriorment, unida a la necessitat de treballar de cap a cap del nostre currículum en matèria de consum, medi ambient i energies. Es tracta d'establir programes, participar en accions, convocatòries i ajuts relacionats amb l'educació del consumidor i així donar sentit als nostres grans objectius.

Fa molt de temps que treballem aquests aspectes; en aquest article ens centrarem en la participació del nostre centre en un programa europeu Comenius 1.1 anomenat «Educació i consum», que desenvolupem des del curs 2004/05. El projecte neix arran d'un Seminari que va tenir lloc a Santander el mes d'octubre de 2003, a través del qual es constitueix un grup de 4 centres educatius:

*C.E.I.P. de Lourido. Poio. Pontevedra. Galícia. Espanya.*

*4th Primary School Of Kos. Kos. Grècia.*

*Agrupamento de Escolas d'Apulia-AEA. Portugal.*

*C.R.A.»Oleana». Caudete de las Fuentes. Valencia. Espanya.*



Ja en les primeres reunions veiem la necessitat de construir una senzilla pàgina web on col·locar totes les nostres experiències: <http://centros.edu.xunta.es/ceipdelourido/consumo>. La pàgina web del projecte és un aparador on compartir permanentment les activitats desenvolupades, així com mostrar la nostra feina a tots els interessats en el tema.

La pàgina principal presenta cadascuna de les escoles integrants del projecte; a partir d'aquí, en dues versions (anglès i espanyol) s'accedeix a la finestra principal que dona accés a les diferents parts de la pàgina:

- > **Consumeix Cultura**, on mostrem activitats realitzades en els nostres centres que tenen a veure amb la cultura general, com un instrument important per a saber més i millor i créixer informades i informats.
- > **Comunicacions**, on col·loquem enllaços a pàgines que tracten de l'educació del consumidor en particular i del consum en general.
- > **Accions**, on pengem les accions que dins del projecte duem a terme amb els membres de les nostres comunitats educatives.
- > **Tauler d'anuncis**, en el qual col·loquem notícies sobre diferents moments del curs escolar.
- > **Enquestes**, on mostrem les activitats relacionades amb estadístiques sobre hàbits i preferències relacionades amb la publicitat, l'alimentació, etc.



> **Notícies**, on desenvolupem les activitats que, tenint a veure amb el consum, són pròpies de cada centre. També mostrem els viatges realitzats durant el projecte (fins al moment Galícia, Portugal i València).

El projecte ha permès que grups de professors visitéssim les escoles associades i realitzéssim un treball conjunt que ha estat veritablement interessant i motivador.



En cada trobada es realitza una part institucional de visita a ajuntaments o altres institucions, una recepció oficial en el centre on es desenvolupen tallers i activitats amb l'alumnat, com la lectura de contes dels diferents països en les seves llengües pròpies, preguntes dels alumnes en anglès i en les llengües pròpies de cada país, localitzacions geogràfiques, intercanvi de regals, plantació de l'olivera Comenius, com a símbol del nostre projecte; i sempre queda temps per a visites culturals i jornades de treball en què planificar les noves accions que es proposaran, i avaluar les ja realitzades.



**José Viana Sánchez**

Director de l'Escola Rural Agrupada «OLEANA»  
Caudete de las Fuentes y Aldeas de Utiel.

Una experiència molt enriquidora que obre portes i finestres a Europa en un projecte comú que ens uneix i contribueix a fomentar el sentiment de pertinença a aquesta gran Europa. Algunes de les activitats realitzades són les següents:

> **Estudi sobre la publicitat:** enregistrament d'anuncis de televisió als diferents països i en diferents horaris i amb l'aplicació d'uns senzills qüestionaris sobre hàbits de consum.

> **Receptaris de cuina:** s'ha realitzat un receptari de menjar típic de cada lloc a l'estiu, al Nadal, per Pasqua o Carnaval, ja que en el nostre projecte es fa una feina molt interessant sobre la dieta mediterrània. Destaquem en el nostre centre la Mona de Pasqua.

> **«Arbre Comenius»:** «L'arbre Comenius»

és una activitat comuna que sorgeix en la reunió de treball duta a terme a Portugal el març de 2005 i que consisteix en la plantació d'una olivera en cada centre aprofitant les reunions de treball que tenen lloc. L'olivera és un arbre molt unit a la cultura mediterrània, que té una gran presència a tots els països que participen en el projecte i que tradicionalment representa la pau, la concòrdia i l'entesa entre pobles.

> **Ciutat Ibera de Kelín.** Caudete de las Fuentes. Cada any se celebren les jornades de portes obertes de la ciutat Ibera «Kelín», l'escola es transforma en un espai en el qual es realitzen tallers d'encunyació de moneda, escriptura ibera, joieria, telers, elaboració de terracotes, vestits, jocs, danses, etc... Incloent-hi l'esmorzar saludable amb productes que segons les investigacions formaven part de la dieta dels nostres avantpassats: fruits secs, pomes, raïms, magranes, peres, mel, coques de pa sense llevat, etc.: part de la nostra dieta mediterrània.

> **Les Falles:** celebració a les aules de la festa de les Falles, les quals al·ludeixen cada any al consum.

> El centre participa en campanyes d'entitats públiques i privades relacionades amb el consum i amb els hàbits saludables, com ara:

**Activitat sobre el consum de fruites,** patrocinat per la Fundació Ruralcaja. Aquesta fundació col·labora amb el centre a través de la seva «Campanya per al consum de fruites, verdures i hortalisses».

**«El Bus de l'aigua»,** patrocinat per la CAM, que pretén oferir una visió sobre la gran importància de l'aigua i els riscos d'un consum inadequat d'aquest bé.

**Campanya de consum de cítrics.**

**Campanyes de consum de llet i iogurts.**

> **Carnavals:** al febrer realitzem una jornada de convivència de tot l'alumnat del centre per celebrar els carnavals. Tots disfressats amb materials de rebuig desfitem per les diferents localitats acompanyats per la «Xaranga» del CRA.

> **Esmorzars saludables:** al centre es realitza el programa d'esmorzars saludables que realitzem conjuntament almenys una vegada al trimestre. Basat en el consum de fruites, suc de fruites, lactis, pernil serrà amb pa amb oli d'oliva i mel.

> **Els PUNTS VERDS:** zones que hi ha a totes les aules habilitades per recollir els residus classificats. Recollim paper i cartró, plàstics, metalls i brics, mòbils, tòner i cartutxos d'impressores, piles i restes orgàniques.

> L'alumnat de 6è d'Educació Primària visiten l'ECO-PARC d'Utiel, a fi de conèixer millor la instal·lació, el servei que ofereix i per sensibilitzar la Comunitat Educativa, i per extensió tota la població, de la necessitat de classificar els residus i controlar-ne l'abocament.

> **Reutilització.** Realització de diversos tallers per a l'elaboració de materials, joguines, elements de decoració, etc., aprofitant materials de rebuig.

> **El calendari del projecte,** per al curs 2006/07, amb els dies i mesos en tots els idiomes, amb dibuixos de nens i nenes dels diferents països i amb refranys propis de cada lloc.

> **Certamen literari,** aquest curs basat en la figura de Juan Amos Comenius.

> **Revistes,** articles i fulls informatius que donen difusió al nostre projecte.

> **Contes sobre consum.**

> **Jocs de taula** relacionats amb el consum i la dieta mediterrània.

> **Estudis de l'oli,** el vi i la mel als diferents països socis.

> **Y moltes més...**

Per finalitzar, només queda animar-vos a participar en experiències com aquestes que donen molt sentit a la nostra feina i ens permeten mirar i ANAR més enllà. No dubteu a preguntar qualsevol dubte, ja que es tracta de saber com més coses millor.

# «Consum responsable... al Seis»

Sira Alves SR i Anxeles Rivela M.  
Alumnat de 5è A

## La nostra feina a la xarxa d'educació del consumidor

**Ja fa alguns anys al CEIP Seis do Nadal ens vam iniciar en el tema de l'educació per al consum, per intentar que el nostre alumnat i la nostra comunitat educativa, en general, fossin cada vegada consumidors més crítics, racionals i responsables. D'aquí ve el nom del nostre projecte: «Consum Responsable... al Seis».**

Mirant una mica enrere i veient tota la feina feta, no podem deixar de sentir-nos orgullosos per la llavor que hem sembrat en el nostre alumnat. Així, veiem que per ells, llençar un paper a la paperera de reciclatge és un gest natural, al pati gaudeixen d'una alimentació bastant equilibrada i porten entrepanes i fruita, tanquen les aixetes als lavabos, compren a la botiga del «Seis» productes com més sans millor, analitzen la publicitat, etc.



La primera vegada que vam participar al Concurs Europeu del Jove Consumidor, va ser amb un treball sobre l'alimentació equilibrada; l'any següent vam guanyar el primer premi d'Espanya en la categoria de primària amb l'**euroteatre** – quin munt de coses vam aprendre sobre Europa! De seguida va venir un altre premi amb l'obra de teatre «**Juicio Sumarísimo en Etiqueta-landia**» i el treball triennal sobre **consumir responsablement paper a casa i a l'escola**, que vam realitzar durant els tres primers anys dins de la xarxa d'educació del consumidor.

Actualment treballem el tema del consum responsable amb una classe de 5è de Primària amb moltes ganes d'aprendre i una tutora amb moltes ganes de fer-los treballar. Va ser un curs molt intens.

Com el consum responsable és un tema molt ampli, entès com la defensa d'un consum respectuós amb el medi ambient - essencial per a la vida del planeta- que alhora respecta els drets humans, combat la pobresa i distribueix els recursos d'una forma racional, vam pensar que per al nostre alumnat era una mica complicat i llunyà i per això vam decidir apropar-lo a la seva realitat quotidiana i que ells, a partir de la seva pròpia experiència, extrapoleessin els continguts apresos.

## Quins factors relacionats amb el consum responsable (CR) podem treballar a la nostra escola?

Vam arribar a la conclusió que hi havia múltiples aspectes, però com que era necessari escollir, vam acordar treballar:

**El paper.**

**La llum (les energies).**

**L'aigua.**

**L'alimentació.**

Calia fer una mascota que donés consells dins i fora de l'escola. Es va dur a terme un concurs d'idees i va guanyar **CONSU** una mascota que porta dins seu aquests quatre apartats. **CONSU** ja forma part de la vida de la nostra escola.

## El paper

Com que ja s'havia treballat en altres cursos, es va posar èmfasi en l'ús del reciclatge a totes les dependències de l'escola; es va explicar que el paper es podia reciclar, que havíem d'evitar llençar-lo amb grapes, precintes, plàstics, etc., i com utilitzar correctament el nostre contenidor, sense sortir al carrer.



Aprendre a elaborar i utilitzar paper reciclat va ser, un any més, una activitat molt lúdica. Cada curs va realitzar objectes més creatius: carpetes, marcs de fotografies, quaderns, etc.

Vam fer una exposició que va ser molt visitada.

**CONSU** sempre estava present i donava consells per estalviar paper.



## CONSUMÓPOLIS

Vam participar a la primera edició d'aquest concurs amb dos equips que van realitzar dos jocs de taula molt atractius: **Fes joguines**, i **Consujoc**. Els nens i nenes del 2n cicle van jugar-hi molt. Vam passar-nos-ho molt bé però... Sinó haguéssim tingut problemes amb els ordinadors... Podríem haver guanyat! Aquest curs ho intentarem de nou.



## La llum ( Les energies )

Vam estudiar les energies alternatives o renovables i dins d'aquestes la hidroelèctrica que produeix la llum que utilitzem a l'escola.

Ens vam reunir en equips que anaven per les classes, en nom de CONSU, perquè no deixessin els llums encesos en marxar, perquè tanquessin les finestres per no gastar més calefacció a l'hora de pati, etc.

Vam realitzar una enquesta sobre aquests apartats als nens i nenes de 2n i de 3r cicle i després d'estudiar les dades podem dir que ara ja hi ha una posició més favorable cap a un consum responsable que abans de la realització del treball.

Però, per si de cas algú no s'hagués adonat vam posar un mural ben gran a l'entrada amb uns «consells» per estalviar aigua, energia i paper. La segona part de la campanya va consistir a penjar CONSUS per tot arreu: a les portes dels banys, al menjador, a la secretaria, etc. Per qui se n'oblidés, li enganxàvem un Consu amb un consell gran a la porta de la classe.

## L'aigua

Amb els problemes que té el nostre planeta amb l'aigua, els nens i nenes de 5è A vam decidir que ens ho havíem de prendre molt seriosament. I com que som -segons l'ONU- en el **DECENNI**

**INTERNACIONAL DE L'AIGUA**, vam explicar als nostres companys com fer per començar a estalviar aigua.

Vam realitzar un estudi important sobre l'aigua a la ciutat de Vigo, que recull dades dels tres embassaments, la potabilització, la distribució, les clavegueres i la depuració.

Vam entrar a la **pàgina web AQUALIA** i vam jugar amb l'Hidròlid a contestar preguntes sobre el consum racional de l'aigua. Hi havia premi i tot. Vam portar les dades de casa i vam realitzar un càlcul de consum a la llar que vam introduir dins d'aquesta pàgina web. Conclusió: gastem més aigua de la que hauríem de gastar i hem de controlar-nos.



Com sempre, CONSU ens indica com hem d'actuar responsablement a l'escola i a casa.

## L'alimentació

Vam realitzar un recorregut històric a través de la cultura tradicional del pa i de les conserves tan tradicionals a la nostra ciutat. A la Botiga do Seis vam comprar aliments per una dieta equilibrada, vam estudiar les etiquetes, sense deixar-nos influir per la publicitat, que incideix en el fet que comprem uns determinats productes i marques.

Més a fons, vam realitzar una anàlisi de l'etiquetatge d'una conserva i vam veure que de vegades falta molta informació.

Per Nadal i a final de curs vam fer uns «bons berenars» molt saludables i naturals: sense conservants, sense colorants, sense saboritzants, etc. i molt equilibrats des del punt de vista alimentari. Les nostres famílies van col·laborar molt... Què bo estava tot!

## Exposició del treball a les famílies i als companys.

Aquesta part va ser la que més ens va preocupar. Vam elaborar un Power Point perquè l'exposició ens fos més fàcil i evitar posar-nos nerviosos; de fet, per als nostres companys i companyes que van intervenir a continuació ja va ser més fàcil. Ens van aplaudir molt, però l'important va ser el que vam aprendre: que tots hem de posar de la nostra part per dur a terme les quatre «erres» del consum responsable: **Reduir**, **Reutilitzar**, **Reciclar** i **Reflexionar**. El nostre planeta i la nostra societat ens ho agrairan.

# Xarxa de Comerç Just de Castella-La Manxa

La Xarxa de Comerç Just de Castella-la Manxa és una entitat sense ànim de lucre creada l'any 2001, que agrupa les iniciatives nascudes a la comunitat autònoma amb un perfil, sensibilitat i objectius molt similars, per unir esforços i treballar junts en l'àmbit del Comerç Just i el Consum Responsable.

És, també, la primera coordinadora de botigues i organitzacions de Comerç Just creada en una comunitat autònoma.

## Els seus objectius són:

- > Afavorir condicions comercials justes per als petits productors.
- > Promoure un Consum Responsable dels ciutadans i les institucions públiques i privades.
- > Fomentar el finançament ètic i l'agricultura ecològica.
- > Contribuir al canvi d'estructures en les relacions, actualment injustes, Nord-Sud.
- > Impulsar l'economia solidària, i treballar per tot allò que suposi una transformació de l'actual model socioeconòmic per un altre d'equitatiu, sostenible i solidari.
- > Vetllar pel compliment i la difusió de les pràctiques ètiques recollides del Comerç Just i l'Economia Solidària.
- > Promoure les relacions estables, de caràcter no competitiu, amb altres organitzacions i/o col·lectius.

## Una Xarxa amb molts recursos

La Xarxa disposa d'una Guia de Recursos Didàctics i una exposició, a més de l'edició de diferents publicacions.



Entre els recursos amb què compta la Xarxa de Comerç Just i Consum Responsable de Castella-la Manxa destaquen la Guia de Recursos Didàctics, les publicacions (revista, separata i butlletí) i l'exposició itinerant amb plafons pedagògics que ha recorregut ja nombroses localitats de la regió i que, a la vegada, està complementada per unes fitxes didàctiques per a professors i alumnes.



## Guia de recursos

Es tracta de la primera recopilació que es realitza al nostre país en matèria de Comerç Just i Consum Responsable, un material elaborat pel Grup Educació, en col·laboració amb el Centre de Professors i Recursos d'Alcàsser de San Juan.


Aquesta guia didàctica és una eina eficaç per al professorat a l'hora d'impartir aquelles disciplines a què s'integra, «Educació per al Consum» i «Educació per la Pau».

L'objectiu final d'aquesta guia és facilitar la presa de consciència sobre la necessitat de fomentar en la societat en general i en els joves a qui es destinen a la pràctica els recursos recollits a la guia en particular, valors democràtics i actituds de respecte, solidaritat, tolerància, llibertat i responsabilitat, perquè puguin entendre el món on viuen i afrontar els problemes que preocupen la societat actual.

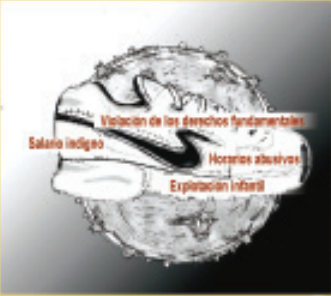
La guia es compon d'una anàlisi de recursos didàctics de diferents organitzacions, de jocs relacionats, de campanyes relacionades i d'una sèrie de documents per a professors.

## PLANETA INJUSTICIA SOCIAL 5




Las desigualdades no habían convertido en norma en este planeta. Lo inaudito era que los enriquecidos nunca tenían suficiente mientras que los empobrecidos andaban con ganas de salir adelante.



Enseguida la zapatilla mika, mostraba ahora su verdadera apariencia, llena de desigualdad e injusticia. Se había vuelto fija, y descolorida por las injusticias que acumulaba en cada uno de sus piezas.



- Una obrera de "mika" de Indonesia tendrá que trabajar 21 siglos para conseguir lo que Ronaldo gana por publicidad en un año.
- La mitad del mundo se muere de hambre, la otra mitad de colesterol. (Distribución mundial)

### Exposició itinerant

La Xarxa va presentar a la Fira Internacional de Comerç Just celebrada el 2002 una exposició composta de 10 plafons, que ens introdueix de forma amena i pedagògica al Comerç Just i Ètic. Fins avui, aquest material de sensibilització i coneixement, realitzat en format còmic, ha recorregut multitud d'escoles, instituts, cases de cultura, associacions i activitats de solidaritat de les províncies de la nostra comunitat autònoma.

Pensem que és hora d'ampliar, aprofundir aquesta temàtica i abordar aspectes concrets. Per això, a través de cinc nous plafons, s'investiga la realitat que trobem al darrere de productes tan quotidians per nosaltres, com fonamentals pel Sud, com són: el cafè, el cacau i les xocolates, el sucre de canya (o panela) i el te.

En aquesta ocasió, al costat dels nostres companys de viatge Chispita i Murci, podrem continuar apropant-nos i descobrint la realitat de la gent del Sud, del Comerç Just i Responsable, i la forma com podem ser protagonistes d'un canvi basat en la justícia i els drets humans i ambientals al nostre planeta blau.

## PLANETA GRIS 3

Después llegaron a un planeta sin aire. La zapatilla pasó al lado de un viejo árbol, maltratado y triste, que contaba su historia a todo el que llegara.



Estoy viejo y me estoy muriendo, mis hermanos ya no están, y los plantas que crecían a mi alrededor se secaron al ser contaminado.



Antes era divertido, animado. Barro, ardido... Y luego otro perfume por el aroma de los flores.



Como los hijos de esta tierra descubrimos todos... Las plantas muchas raras. Después, los días se hicieron más y más fuertes para nosotros. Como cada día, los países, entre los reinos raras.



- La superficie de los árboles que desaparecen actualmente es de 170.000 km<sup>2</sup> (España tiene 503.000 km<sup>2</sup>)
- 10.000 personas mueren cada día por ingestión de agua contaminada.





### Fitxes didàctiques per a professors i alumnes

Es tracta d'un material que complementa l'exposició, com a suport per al professorat i l'alumnat. La intenció és que aquest sector preferent, com a destinatari de l'exposició, compti amb una eina de seguiment, ajuda i aprofundiment dels diferents conceptes tractats.

Ahora, contribueix al seu principal objectiu, donar a conèixer el comerç just i el consum responsable, i conscienciar-nos sobre aquest moviment alternatiu.

Aquest material es compon de :

- > Fitxa-guia per a educadors i monitors per l'explicació de l'exposició.
- > Fitxa-guia per a alumnes i públic receptor, amb proposta d'activitats pràctiques.



Per facilitar-ne la distribució, les imatges de l'exposició i les fitxes didàctiques estan disponibles també a la pàgina web de la Xarxa ([www.comerciojustoclm.org](http://www.comerciojustoclm.org)) i en format mini-CD, que distribuïm gratuïtament.

Per sol·licitar algun dels materials educatius de la Xarxa: Tel.: 687 723 468 (Manuel)

# Kontsumoa eta nagusiak

Des de la Direcció de Consum i Seguretat Industrial del Govern Basc, s'aposta fortament, des de fa 17 anys, per realitzar programes de formació oberts a tota la població i adaptats a les diferents necessitats dels diferents sectors de la societat. Així, són tres els programes existents, els quals, any rere any, sol·licita la ciutadania: **KONTSUMOA ESKOLETAN, KONTSUMO GELAK i KONTSUMOA ETA NAGUSIAK.**

La gent gran representa un grup important de les persones consumidores i és un col·lectiu que necessita una major protecció, per tant els destinem un programa anomenat KONTSUMO ETANAGUSIAK.

## En què consisteix el programa KONTSUMO ETA NAGUSIAK?

El programa KONTSUMO ETA NAGUSIAK és un programa ja consolidat que enguany entra en la seva desena edició i que es desenvolupa en els centres de persones grans que ho sol·licitin a la Direcció de Consum i Seguretat Industrial de Govern Basc.

S'ofereix als centres de gent gran la possibilitat de rebre formació en el seu propi centre al llarg d'una setmana.



Durant aquesta setmana reben informació sobre els drets i deures que tenen a l'hora de viatjar, com utilitzar els medicaments correctament, el significat d'una dieta saludable, com actuar amb seguretat a la llar... Temes que es modifiquen i s'actualitzen en funció de les necessitats del moment.

## Quin és l'objectiu SETMANAL del programa?

- > Oferir-los una informació fiable sobre els béns i serveis disponibles en la seva comunitat, de manera que puguin elegir i actuar adequadament.
- > Dotar-los de les habilitats necessàries per respondre de manera responsable i crítica davant de la societat de consum actual.
- > Reflexionar sobre temes actuals que fan referència a qüestions d'interès: salut i alimentació, productes miracle, viatges promocionals, medicaments, mesures d'autoprotecció...

## Quines activitats comprèn cada setmana del PROGRAMA?

En cada centre participant es desenvolupen cinc activitats:

Dues XERRADES sobre diferents temes escollits des del centre. Per les xerrades formatives es compta amb experts en els diferents temes oferts.



Una vegada finalitzada la xerrada es realitzen dues AULES FORMATIVES en què es treballen d'una forma dinàmica i participativa els continguts exposats. La forma de dur a terme aquestes aules inclou des de debats fins a simulació de casos. Es tracta sobretot d'aconseguir que l'assimilació dels diferents continguts resulti amena i convidi la participació.

Finalment, es realitza una VISITA a un centre de producció o de serveis.

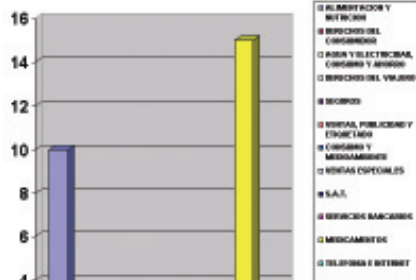
Els temes que es treballen són:

1. Consum i medi ambient.
2. Alimentació i nutrició.
3. Drets de la persona viatgera.
4. Drets de la persona consumidora i usuària.
5. Serveis telefònics i Internet.
6. Serveis bancaris.
7. Vendes fora de l'establiment comercial i productes miracle.
8. Vendes, publicitat i etiquetatge de productes.
9. Serveis d'assistència tècnica.
10. Assegurances més comunes.
11. Medicaments i automedicació a la tercera edat.
12. Aigua i electricitat. Consum i estalvi.
13. Garanties dels productes.
14. En aquesta edició s'ha afegit un tema nou «Seguretat de les persones grans», el qual té molta demanda.



Els temes que compten amb una major demanda dels centres són aquells que tenen una major relació amb l'àmbit de la salut: «Medicaments, automedicació i medicaments genèrics», «Alimentació i nutrició» i «Seguretat de les persones grans».

Pel que fa a les visites a centres de producció, l'objectiu és apropar-los a centres productius de béns i serveis perquè comprovin *in situ* els productes que generen, aspectes més rellevants del procés de producció el model organitzatiu. La visita s'emmarca dins d'una perspectiva de promoció i defensa dels seus interessos com a persones consumidores, i s'insisteix en els aspectes de qualitat, servei, distribució i atenció a la persona.



Al llarg del primer semestre de l'any 2006 hem anat a 14 centres i s'han realitzat 28 conferències, 28 aules formatives i 12 visites guiades i hi han participat un total de 1.636 persones.

### Què destaquen els participants en les visites? Centre Comercial Carrefour Sestao

**(Centres participants):** «Centro de Tercera Edad-Hogar del pensionista de Sestao», «Hogar del Jubilado y pensionista de Artziniega» «Centro de Tercera Edad de Barakaldo».

- «En aquestes visites se'ns van mostrar tant les instal·lacions del Supermercat com els seus magatzems. A més, vam tenir l'oportunitat de conèixer el procés de producció i envasament de diversos productes peribles (pa, pastissos, embotit...).
- «Els magatzems i el funcionament intern del centre, que és el que habitualment no veiem».
- «El funcionament del supermercat i l'elaboració dels productes».
- «L'elaboració de productes de pastisseria i fleca».



### MERCABILBAO

**(Centres participants):** «Centro Social Buena Vista» de Portugalete i «Jubilados y pensionistas de Abando».

- «Vam tenir l'oportunitat de conèixer les diferents instal·lacions del mercat (cambres, punts de venda...) i se'ns va explicar el seu funcionament. Vam conèixer diversos productes desconeguts per a nosaltres fins a aquell moment, com ara fruites i verdures que fins fa poc no es comercialitzaven aquí i vam poder ser testimonis d'un matí de feina a Mercabilbao».
- Destaquen «el tracte rebut, així com els productes que no coneixien i l'organització del mercat».



### Ingurugiro Etxea i Abocador de Lapatz

**(Centres participants):** «Asociación de Amigos de los Mayores. Club Mixto de Mayores» de Bilbao.

-«A l'Abocador de Lapatz vam tenir l'oportunitat de conèixer el procés a què se sotmeten les escombraries, primer vam veure un vídeo i després vam recórrer l'abocador. D'altra banda, al Ingurugiro Etxea vam veure una exposició sobre els recursos naturals del planeta a més de recórrer les diferents àrees sobre medi ambient».

### IPARLAT-KAIKU

**(Centres participants):** «Lagun Zaharrak Elkargoa» de Plentzia, «Hogar de Jubilados y pensionistas Txokoberri» de Donostia-San Sebastian.

- «La quantitat de llet que es produeix al País Basc» els va cridar molt l'atenció.



### BAQUE

**(Centres participants):** «Club de Jubilados BBK de Gallarta y de Ortuella».

«El procés de torrar el cafè i el procés de producció de cafè en general».



### Kontsumo Gelak (Vitoria-Gasteiz i Bilbao)

**(Centres participants):** «Centro sociocultural de mayores de Arana» (Vitoria-Gasteiz), «Club de Jubilados de Aranguren», «Club de Jubilados BBK de Muskiz».

- «Les dinàmiques escollides per treballar els continguts han estat molt interessants. I sobretot aquelles en què han pogut elaborar un producte acabat: una pizza, magdalenes...».

# Formació a tots els nivells

**Un dels objectius primordials de les Escoles de Consum és facilitar als consumidors la formació en habilitats i recursos en matèria de consum, des que són infants i fins a les edats més avançades, i posar a la seva disposició els mitjans necessaris.**

La nostra feina no se centra únicament en els escolars, incloem tots els sectors de població i de forma especial aquells més vulnerables i que menys formació reben, com la tercera edat.

Des dels nostres inicis l'any 2002, hem desenvolupat un ampli programa educatiu i informatiu consistent en xerrades, col·loquis i tallers relacionats amb l'etiquetatge dels aliments, l'estalvi d'aigua, el reciclatge, l'alimentació saludable, les estafes en telefonia, com efectuar una reclamació i les vendes a distància.



Totes aquestes activitats s'han programat directament amb la Junta Directiva de la Llar del Pensionista, que ens ha traslladat els temes de més interès pel seu col·lectiu.

De la mateixa manera, l'Associació de Mestresses de Casa, Consumidores i Usuàries de la localitat, ens ha fet arribar una sèrie de propostes formatives per ser treballades tant amb les seves associades, com amb la resta de la població adulta de la localitat.

Entre les activitats realitzades s'han realitzat dues xerrades-col·loqui sobre els «Drets bàsics dels consumidors en les vendes a distància i en els serveis bancaris» i també altres relacionades amb l'alimentació saludable («La dieta mediterrània»), els serveis professionals a domicili (fontaneria, electricitat, gas...) i la interpretació dels rebuts i factures domèstiques més comunes (telèfon, electricitat, gas i aigua principalment).

En aquestes xerrades s'han treballat aspectes relacionats amb aquests temes a fi de proporcionar als participants informació i formació per evitar els problemes que se'n deriven, davant de l'augment en el nombre de reclamacions en ambdós camps en els últims anys.

També hi han participat Associacions Locals de Mestresses de Casa de la comarca, com Càceres, Valdesalor i Plasencia i de forma especial mantenim informada la Federació Extremenya, perquè difongui les nostres activitats entre les seves associades.

Formació i Treball van de la mà i han estat a l'Escola Taller «Els Riberos» de Casar de Càceres, on hem impartit sessions formatives tant als alumnes com al professorat. Entre els temes treballats hi ha hagut l'educació per al consum, els serveis professionals a domicili i la importància del reciclatge al centre de treball.

Finalment en aquest últim trimestre de l'any, realitzarem una nova edició del curs de «Mediador en Educació per al consum». Aquest curs dirigit a joves i adults de la localitat té com a base formativa conèixer diferents aspectes relacionats amb l'habitatge, la telefonia mòbil, la Llei de Garanties i el reciclatge.

És la tercera edició d'un curs molt sol·licitat entre la població, que realitzem assíduament any rere any.

**Carlos Carretero Mendoza i Victoria Moreno Díaz.**

*Tècnics de l'Escola de Consum*





# 2ª Trobada Europea de Professors de la Xarxa E-CONS

L'Escola Permanent de Consum de Jerez de los Caballeros, conjuntament amb les escoles de Coria, Miajadas i Casar de Càceres, així com el personal de la Direcció General de Consum i Salut Comunitària i el Director del CP Ntra. Sra. del Socorro de Palomas, han participat en la 2a Trobada Europea de Professors de la Xarxa E-CONS, celebrada a Roma (Itàlia), els dies 26, 27 i 28 d'octubre.



En l'esmentat esdeveniment han participat prop de 200 professors de més de 20 països europeus, amb la finalitat de donar a conèixer tots els projectes que funcionen dins la Xarxa Europea d'Educació del Consumidor, inclosos en el programa Comenius 3. La finalitat d'aquest programa és implicar el major nombre possible de participants (escoles, professors i alumnes), de tots els països socis de la Xarxa per treballar un tema que subratlli la importància del binomi consum-salut, qualitat de vida i desenvolupament sostenible. Aquests projectes els han de dur a terme un mínim de tres països socis, intercanviant experiències, desenvolupant activitats de forma conjunta i visitant cadascun dels països socis implicats en el projecte.

Aquestes experiències han suscitat un debat entorn del model d'educació del consumidor que s'hauria d'impartir en aquesta societat consumista, que ha conclòs una premissa comuna: la importància i necessitat d'una educació globalitzada, on l'educació del consumidor ha de ser integrada des de la infància i a l'Escola.

Al llarg d'aquests tres dies de trobada, s'han presentat més de 40 comunicacions, les quals donen a conèixer tots i cadascun dels projectes que s'estan realitzant en aquest Comenius 3, que acaba el pròxim any.

També ha estat un fòrum important per donar conèixer aquests projectes, oferir-los a tots els països presents i poder adherir-se a algun d'ells; amb uns resultats altament satisfactoris pel gran nombre d'operacions que s'han realitzat.

Tal com a la trobada de l'any passat, des d'Extremadura s'han presentat les Escoles Permanents de Consum, pioneres en l'Educació del Consumidor al nostre país, com a model de centre permanent per a l'educació del consumidor des de la infància.

En aquesta edició, Paula Díaz Rosas, professora de l'Escola de Miajadas, es va fer càrrec de la presentació del projecte. Va presentar una de les activitats realitzades en aquesta Escola: «*Garabatos. Tu campamento urbano*». Aquesta activitat consisteix en la realització d'activitats d'educació per al consum al carrer, preferentment a l'estiu, quan el nombre d'activitats ofertes per als infants és menor.



Com en altres ocasions, aquesta activitat va tenir una gran acceptació entre tots els participants presents, en part potser, per la metodologia utilitzada en aquestes escoles: eminentment pràctica, considera que el consum és el component real que està present de forma activa en totes les accions de la vida; sempre parteix d'una acció de consum quotidiana, la qual s'aplica al desenvolupament actiu del taller, i inclou les diverses situacions en què un consumidor es pot trobar.

# Un joc accessible a tots

El Portal Consumadrid, de la Comunitat de Madrid, inclou un joc de taula dissenyat per a usuaris de primària i secundària, l'objectiu del qual és adquirir coneixements sobre diferents aspectes de consum. Tot seguit es descriuen els tipus de qüestions que desenvolupa el joc, i se n'indica la localització a la xarxa.

Qualsevol mitjà és útil per oferir informació sobre els extensos aspectes del consum. La Comunitat de Madrid tracta d'incloure els diferents temes d'aquest espectre a *Consumadrid*, el portal de la Comunitat de Madrid dedicat a atendre els problemes del consumidor. Encara que aquesta pàgina de la xarxa és, fonamentalment, un dispositiu d'informació i serveis dirigit al consumidor adult, també compta amb apartats dedicats a la població escolar. Un element destacable entre els materials educatius destinats als més petits és *El joc de Consumi*, un joc de taula per a noies i nois d'edats compreses entre els últims cursos de primària i els primers de secundària.

El joc, els materials del qual poden descarregar-se del Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org), sorgeix d'un treball original elaborat per un grup d'alumnes de quart curs de secundària de l'Escola Santísimo Sacramento de Madrid, que van ser guanyadors del concurs escolar *Consum Responsable 2005/2006* en la fase autonòmica. A partir del joc preparat per aquests nois i noies, els col·laboradors de *Consumadrid* han realitzat les modificacions que han jutjat oportunes per donar lloc a *El joc de Consumi*, el qual pretén incloure una àmplia gamma de problemes relacionats amb el consum i de bons hàbits que mereixen ser practicats, a través d'unes preguntes molt clares, en general senzilles, però més complicades en alguns casos.

El joc proposa realitzar un recorregut al llarg d'un conjunt de caselles, distribuïdes segons els mesos de l'any, en les quals es descriuen actes de consum relacionats amb cada etapa. Al jugador se li apliquen determinades normes en virtut de la casella on caigui. En general, després de cada moviment, el jugador rep un estímul o una penalització. L'estímul pren la forma d'una aportació de diners en forma d'*euroconsumis* o consisteix a continuar avançant al llarg del camí sempre que s'encerti la corresponent pregunta sobre consum. També hi ha penalitzacions que resulten de caure a determinades caselles on es descriuen actes de consum irresponsables com, per exemple, «Vas oblidar guardar el tiquet de compra; no pots reclamar».

El joc, el qual manté l'estructura clàssica dels entreteniments propis de la nostra tradició, permet compartir moments amb un grau de diversió que dependrà en bona mesura de qui el dinamitzi o, directament, de l'estat d'ànim dels seus destinataris. Però la seva senzillesa, és una bona forma d'interioritzar i recordar idees que previsiblement estalviaran problemes al jove consumidor i contribuiran a la seva presa de consciència respecte d'un determinat camp de la realitat social, el consum, que implica força qüestions més que la mera situació de consumir sense reflexió.

 <p>¿Qué significa este símbolo?</p> <p>a. Producto tóxico b. Producto explosivo c. Producto inflamable</p>	 <p>¿En qué productos aparece este símbolo?</p> <p>a. En todos aquellos originarios de Costa. b. En todos los productos que se ajustan a las normas de calidad y seguridad de la Unión Europea. c. En todos los productos que se venden en Europa</p>
 <p>¿Qué significa este símbolo?</p> <p>a. Producto tóxico. b. Producto peligroso para el medio ambiente. c. Producto explosivo.</p>	<p>¿Qué quiere decir P.V.P.?</p> <p>a. Punto de Venta al Peso b. Producto de Venta al Público c. Precio de Venta al Público</p>
<p>¿Cuándo una tableta de chocolate ya no es una tableta de chocolate?</p> <p>a. Cuando su contenido en cacao sólido es inferior al 35%. b. Cuando su contenido en cacao sólido es inferior al 70%. c. Cuando no lleva leche en su contenido.</p>	<p>¿Cuándo decimos que un producto es 'light'?</p> <p>a. Cuando no tiene calorías. b. Cuando tiene menos calorías que el producto original. c. Cuando tiene muchas calorías.</p>
<p>¿Qué tipo de carne puede contener una salchicha?</p> <p>a. Todo tipo de carne excepto cerdo. b. Carne de cualquier tipo de animal. c. Todo tipo de carne excepto cordero.</p>	<p>De estos productos, ¿a cuál es más frecuente que se incorporen aditivos?</p> <p>a. Zumos naturales. b. Latas de conserva. c. Frutas del tiempo.</p>
<p>¿El jamón de Jabugo tiene que ser realmente de la zona de Jabugo?</p> <p>a. Sí. b. No. c. Es indiferente.</p>	<p>Si te compras un móvil, ¿qué garantía tiene?</p> <p>a. 2 años. b. 3 años. c. 1 año.</p>

## Les preguntes del Joc de Consumi

Algunes plantegen el significat de certs símbols com els que representen productes tòxics, productes perillosos per al medi ambient o l'indicatiu que el producte s'ajusta a les normes de qualitat i seguretat de la Unió Europea.

- > D'altres tracten sobre el significat de termes com «light» o «baix consum».
- > Hi ha preguntes sobre el contingut de determinats elements en la composició d'un aliment o la durada de determinades garanties.
- > Hi ha les que interroguen sobre terminis obligatoris tals com els que han de complir els serveis tècnics per al subministrament de peces.

- > Un grup de preguntes s'orienta a la classificació i correcta eliminació de residus.
- > També hi ha preguntes conceptuals com: «Què és la publicitat encoberta?» o «Què és un producte transgènic?»
- > Algunes es refereixen als drets del consumidor en situacions molt específiques tals com viatges o situacions que afecten la seguretat de l'usuari.
- > També s'aborden qüestions sobre conveniències nutricionals.



El principal avantatge d'aquest joc és la facilitat amb què es descarrega del sistema; a més, es pot obtenir la reproducció impresa del tauler en color o en blanc i negre. Naturalment, després queda una senzilla tasca manual per realitzar, per la qual n'hi ha prou amb la simple ajuda d'unes tisores, pega o cinta adhesiva i un dau.

Els perfeccionistes poden enganxar el tauler i les fitxes a sobre d'una cartolina, amb la qual cosa podran impressionar els seus amics. Això també pot resultar ser un motiu de participació i activitat en grup.

L'important és crear mitjans amb què els més joves puguin accedir a conèixer la complexitat del consum i la millor forma d'exercir-lo. Però també ajuda molt el fet que algun adult: pare, mare, educador, els estimuli a fer-ho, donades les dificultats que els nostres joves semblen tenir cada vegada més per gaudir de l'àmbit lúdico-informatiu pel seu compte. Però aquest, encara que transcendental, és un altre problema.



**Per accedir al Joc de Consumi**

A qualsevol cercador se selecciona *Consumadrid*. Una vegada al portal s'elegeix *FORMACIÓ EDUCACIÓ* i es pitja *El Rincón de Consumi*, on figuren tots els jocs i passatemps per als més joves, entre els quals hi ha el *JOC DE CONSUMI*.

També es pot entrar a [www.madrid.org](http://www.madrid.org), es desplega la finestra superior anomenada *Accessos directes* i s'escull *Consum*, opció que dóna accés directe al Portal del consumidor *Consumadrid*.

# Activitats d'educació per al consum, al C.P. Jerónimo Blancas y Tomás de Saragossa, l'any 2006

El CP Jerónimo Blancas y Tomás és un centre docent ubicat a Valdefierro, un barri popular de Saragossa. Té un alt percentatge d'alumnes provinents de diferents països. Pertany a la Xarxa d'Educació del Consumidor i realitza projectes de consum des de l'any 1998. Al Projecte realitzat «LA PUBLICITAT I EL CONSUMIDOR» han participat 234 alumnes, 20 professors i en activitats puntuals han col·laborat els seus familiars.

Els principals objectius del Projecte, que es va iniciar l'any 2005, són:

- > Apreciar adequadament els recursos econòmics de què disposem i aprendre a valorar les necessitats bàsiques i prescindir del que no és realment necessari. **Valorar l'economia familiar i saber el valor de les coses.**
- > Sensibilitzar la **consciència ecològica** i fomentar actituds positives cap els envasos més ecològics, els reutilitzables, retornables, reciclables... Adquirir i consolidar **vocabulari**. Aprendre a **estalviar i administrar** els recursos de la natura.
- > Millorar els **hàbits alimentaris** dels nostres alumnes a través del coneixement dels productes que consumim i l'estudi d'etiquetes.
- > Saber **analitzar críticament** les notícies de la ràdio, televisió i premsa. Així mateix, comprendre els missatges que ens transmeten els anuncis.
- > Donar a conèixer d'una manera didàctica els aspectes essencials de la **legislació sobre el consum** i sensibilitzar la comunitat escolar sobre els seus drets com a consumidors i usuaris.
- > Impulsar l'organització d'activitats i vincular l'educació per al consum amb **les celebracions de l'escola**: Nadal, Carnaval, jornades culturals...



De la mateixa manera que en anys anteriors, hem treballat les activitats sobre consum i hi hem implicat tots els alumnes del Centre, <<Educació Infantil i Primària (cicles de 1r, 2n i 3r)>>, amb la participació de tots els professors, a més dels pares i mares que col·laboren a l'Escola. En definitiva, tota la Comunitat Educativa.



La idea fonamental del centre va ser la de dur a terme activitats i tallers dins d'un MACRO PROJECTE, amb el nom genèric de «LA PUBLICITAT I EL CONSUMIDOR».



Les activitats les incloem al Projecte Educatiu del Centre i als Projectes Curriculars, com a temes transversals a desenvolupar en totes les àrees, seguint com a objectiu final l'educació integral dels nostres alumnes i la seva formació com a ciutadans crítics i responsables, davant el fenomen del consum.

*Activitats desenvolupades:*

**LA PUBLICITAT I EL CONSUMIDOR**

Nadal solidari.  
 Taller de decoració nadalenca.  
 Reciclatge i consum responsable per Nadal.  
 Taller de cortines. Recicleta.

Taller: Drets del consumidor.  
 Pressupost familiar.  
 Preparació del consumidor (rebutj).

Taller publicitat.  
 Envasos, etiquetes, anuncis.  
 Publicitat a la Televisió i protecció de l'infant.  
 Navegar segur per Internet.

Taller d'elaboració de receptes.  
 Esmorzars saludables.  
 Cuidem la nostra salut.



Els alumnes, a més de **sensibilitzar-se amb la influència de la publicitat, el consum responsable, la cura del medi ambient, el respecte cap a la natura i l'equilibri sostenible, i les formes sanes de vida**, han continuat realitzant les pràctiques amb l'estudi d'etiquetes, manipulació de productes, portant una economia familiar, aprenent a comprar productes saludables i nutritius etc.

# La Dieta Equilibrada: la importància de l'esmorzar

Breu exposició del Projecte de Consum de l'IES «Claudio Prieto» de Guardo (Palència), per M<sup>a</sup> Ángeles Reyero Rodríguez. Màster en Nutrició i Dietètica. Coordinadora del Projecte.

**Sempre m'he preguntat quina relació hi ha entre l'alimentació i el rendiment escolar, però, sobretot, després de realitzar un test a cada alumne/a, en què es va recollir l'aportació calòrica ingerida durant tres dies seguits des de l'esmorzar fins a la sortida de classe, així com algunes dades sobre hàbits alimentaris i observacions sobre el que esmorzen: poc o res amb ingestes en nutrients excessivament calòrics (patisserie), potenciat pels anuncis de televisió; les racions no són les adequades; tenen apetències i aversions peculiars (prenen «llaminadures», mengen poca fruita, i fins i tot arriben a una distorsió de la seva pròpia imatge).**

Des de l'any 1997 que vaig començar a preocupar-me per aquest tema, he treballat amb alumnes de segon, tercer d'ESO i Diversificació, de l'IES «Claudio Prieto». Són alumnes amb edats compreses entre 12 i 14 anys, alguns amb 15; l'alçada mitjana dels nois és d'1,56 cm (1,49cm - 1,86cm) i de les noies d'1,52 cm (1,40 cm - 1,75 cm); pel que fa al pes, el dels nois és de 47,17 kg (32 kg - 74 kg) i el de les noies de 45,8 kg (35 kg - 59,8kg).

Però el més significatiu va ser quan es va calcular l'IMC (índex de la massa corporal), on un 13% estaven per sota del pes recomanat, un 43% en el pes normal i un 7% presentaven problemes d'excés de pes i obesitat. No obstant això, en preguntar-los la seva opinió sobre les dades obtingudes, gairebé tots consideraven que s'havien d'aprimar. Això ens indica que veuen la seva imatge distorsionada.

## IMC

15 - 20	13%
20 - 25	43%
25 - 30	7%
30	7%

A la vista de les dades anteriors, em plantejo aconseguir els **objectius** següents:

1. **Conèixer la seva dieta**, per això han de calcular, classificar i valorar els nutrients que la componen.
2. Analitzar i valorar l'**alimentació sana i equilibrada**, comparada amb la perjudicial o menjar de baixa qualitat.
3. Crear **hàbits nutricionals saludables** o millorar els ja existents, ja que aquests s'adquireixen des de la infància i requereixen un aprenentatge.

4. Dissenyar una **investigació quantitativa** per conèixer els productes més adquirits pel grup d'alumnes i desenvolupar una capacitat crítica.

5. Analitzar els **valors de la societat de consum** que es desprenen de les imatges i textos dels diferents anuncis publicitaris presentats.

6. Habituar els alumnes a un **sistema d'estudi més científic** i també més **crític**.

7. Afavorir la seva **capacitat d'organització** a l'hora de treballar en diferents àmbits: individual, dins de grups reduïts (estimulant el debat i la cohesió en l'elaboració de treballs de grup) i en el conjunt de la classe (recollint aportacions i transmetent conclusions).

8. Impulsar la utilització de **noves tecnologies** visitant diferents pàgines web.

Per a la consecució d'aquests objectius es va seguir el **procés** següent:

1. **Elaboració de tres dietes en dies consecutius**, i donar-ne la seva opinió.

2. **Realització de càlculs nutricionals** i anàlisi de la proporció de nutrients que contenen els aliments inclosos en les dietes esmentades. Classificació dels nutrients segons la seva naturalesa química, mitjançant la utilització de les taules de composició dels aliments i la relació amb les funcions que exerceixen a l'organisme.

3. **Valoració de les dietes elaborades**, èmfasi en els aspectes nutricionals, reforç dels conceptes i constatació d'errors, per poder rectificar les deficiències o excessos trobats. Es va insistir especialment en l'esmorzar i sobretot en les «llaminadures» que ingerien a l'hora del pati on vam observar que no tenien un etiquetatge correcte o no ni en tenien, per la qual cosa no vam poder fer la valoració nutricional.

4. **Conèixer l'etiquetatge dels productes adquirits** pels alumnes a l'hora del pati.

5. **Selecció d'anuncis de TV i de frases quotidianes** amb falses creences.

6. **Utilització de material de suport** com ara collage, fotos i pàgines web.

Se'ls va lliurar informació nutricional i se'ls van donar les següents explicacions bàsiques sobre la **dieta equilibrada**:

- > Tots els escolars necessiten en aquesta època de la vida una alimentació més energètica, però sense oblidar que **l'esmorzar té unes característiques especials**, no només perquè l'horari escolar és estricte, amb una jornada lectiva de dos quarts de nou a dos quarts d'una (sis hores en el centre), sinó perquè el treball psíquic i físic és major i més continuat en aquestes hores.



>La dieta de l'escolar en aquestes edats ha d'aportar suficient quantitat de calories, ha de cobrir el metabolisme basal, l'activitat física i el creixement.

>Les necessitats energètiques oscil·len al voltant de les 100 calories per quilogram de pes i dia; d'aquesta quantitat, un 70% s'aplica per cobrir les necessitats basals (metabolisme basal) i la resta es dedica a les necessitats de creixement i activitat física; les quantitats de vitamines, oligoelements i minerals, sobre tot el calci, fòsfor i el ferro han de ser adequades, per al desenvolupament del teixit ossi i del sistema nerviós central. Les vitamines liposolubles (A i D) i la vitamina C són indispensables per al creixement normal dels infants i adolescents. L'àcid fòlic té un paper en el metabolisme dels neurotransmissors (Serotonina) i afavoreix un major encert en els tests.

>Per valorar les necessitats energètiques totals del cos humà, cal tenir en compte la **ració alimentària** sense oblidar l'**activitat física**. Una bona alimentació ha de ser equilibrada i completa, hi han de ser presents tots els grups d'aliments i cobrir totes les necessitats de l'individu.

>Els nens necessiten almenys quatre àpats diaris amb un repartiment aproximat de calories:

Esmorzar	Dinar	Berenar	Sopar
25%	30%	15-20%	25-30%

>Els hidrats de carboni han de representar el 55% de la dieta, són nutrients que proporcionen fonamentalment energia i es troben als aliments en forma de polisacàrids, els cereals, la pasta, el pa, les galetes, el sucre, etc. Els greixos han de representar el 30% de calories, són també aliments energètics i és important la seva presència, ja que són el vehicle de les vitamines liposolubles (A, D, E) fonamentals per al creixement dels infants. Les proteïnes han de representar un 15% de la dieta, i tenen la particularitat que com que no poden emmagatzemar-se, s'han d'ingerir diàriament.

>L'esmorzar ha d'incloure llet, cereals o pa amb oli, fruita i alguna proteïna diferent de la llet com ara pernil, xoriço, pit de gall dindi etc. que pot ser present a l'entrepà de l'hora de pati.

### Valoració dels alumnes:

>El projecte va resultar interessant per les nombroses preguntes que feien al llarg del procés. - Vàn considerar que el treball d'elaboració de la dieta va ser excessiu pels nombrosos càlculs que feien dels nutrients.



>Van valorar positivament l'aprenentatge pel dinamisme de feina i la seva aplicació en la vida diària: saber interpretar i valorar la seva dieta, reconèixer els errors comesos.

>AVan adquirir els coneixements suficients per a elaborar una dieta saludable i poder aportar a les seves famílies els coneixements apresos per millorar els hàbits nutricionals.

### Conclusions obtingudes

1. Només un 42% té un aportació calòrica adequada en la ingesta de l'esmorzar.

2. Més del 12% dels infants acudeix al centre sense esmorzar, això implica un augment de la insulina i arribar a l'hora del dinar amb ansietat.

3. Per a la majoria, l'esmorzar consisteix en un vas de llet ensucrada acompanyada de galetes, una pasta o pa.

4. Només un 8% pren suc de fruites i un 3% alguna peça de fruita sencera.

5. Un 72% menja al llarg del matí alguna llaminadura: gominoles, xiclets (més les nenes que els nens), cosa que afavoreix la càries dental.

6. S'aprecia un percentatge elevat en el consum de pastes (augment de greixos saturats). I una deficiència en proteïnes diferents de la llet, només un 42% les prenen amb l'entrepà.

7. Dediquen menys de deu minuts a l'esmorzar, s'alimenten de forma deficitària en nutrients i calories.

8. Els pares obliden fer un seguiment del que consumeixen els seus fills en horari escolar.

9. Realitzen poques activitats a l'aire lliure, sobretot per la climatologia; com a conseqüència, més hores de sedentarisme dedicades a la TV, l'ordinador, els jocs (menys despesa calòrica).

10. Un percentatge elevat dorm menys de nou hores.

La resposta endocrina d'un estudiant durant la jornada lectiva pot estar afectada perquè hagi esmorzat bé o no; el cortisol és una hormona d'alerta i exerceix efectes importants sobre el metabolisme de les proteïnes, glúcids, lípids i les variacions en l'estat d'ànim, té un ritme circadiari i el seu valor més alt es troba entre les 7 i les 8 del matí, si no hi ha aportació de nutrients, baixa la concentració de glucosa i implica una hipoglucèmia. També és freqüent que els escolars estiguin sotmesos a situacions d'estrès per exàmens, etc. les catecolamines, també estan implicades en l'activació, inhibició o modulació dels mecanismes centrals del sistema nerviós i influeix en la memòria i aprenentatge, entre d'altres.

Per tot això, és normal, amb aquestes dades, que la majoria dels alumnes baixi el seu rendiment escolar al llarg del matí, per falta de concentració (relacionat amb la falta de glucosa) i influeixi en el fracàs escolar.

No obstant això, s'observa que després del procés prenen consciència de la importància de la dieta saludable i milloren els seus hàbits nutricionals.

A classe de plàstica, amb la professora M<sup>a</sup> Teresa Burgueño, els alumnes de segon d'ESO van realitzar diferents composicions de collage, etc. Algunes de les quals es recullen al llarg de l'article.



# La calor que es dissipa

Carlos Usón Villalba. I.E.S. Marco Fabio Quintiliano

**Encara que pugui resultar estrany per al lector allunyat de la realitat quotidiana d'un Centre Educatiu, l'edifici que allotja un institut està sotmès a canvis de forma permanent, cosa que fa difícil mantenir l'equilibri tèrmic amb què va ser dissenyat. El nostre es va construir fa més de 50 anys. Un moment en què les preocupacions per introduir aïllants i en què aconseguir tancaments estancs no comptaven amb les solucions que han anat aportant els successius avenços tècnics. Fruit dels canvis de què parlava abans, l'edifici disposa avui de quatre tipus de finestres diferents: amb envidrament senzill, n'hi ha de ferro i fusta, però també les tenim de PVC amb Climalit i dobles (una de fusta per dins i una altra d'alumini per fora). A més, cal afegir que hi ha una distribució de radiadors desigual, com a resultat d'haver-n'hi anat incorporant en funció de les urgències de cada moment. En molts casos sense cap estudi previ sobre l'adequació dels seus mòduls a les necessitats reals.**

És evident que, abans d'emprendre una nova reforma i completar el programa de substitució progressiva de finestres, era necessari realitzar una anàlisi de l'eficàcia dels diferents sistemes d'envidrament i de les causes de la pèrdua de calor al Centre. L'estudi que comentem en aquestes línies el van realitzar, el curs passat, els alumnes de 1r de Batxillerat dins del Programa d'Ecoauditories que promouen les Conselleries d'Educació i Mediambient del Govern de La Rioja. És, per tant, un treball escolar, però fet amb mitjans i coneixements suficients com per ser fiable.

## Recollida d'informació

Els dilluns, dimecres i divendres dels mesos de febrer i març, a les 9.25 del matí, just en acabar la primera classe i abans que, per diferents circumstàncies, s'obriessin les finestres i les dades deixessin de ser significatives, es van prendre mesures de les temperatures a totes les aules del Centre, laboratoris i pati exterior. Aquesta captació es va realitzar, per tant, en un moment en què la calefacció feia 2 h i ½ que funcionava i la temperatura del Centre podia considerar-se estable. A partir d'aquestes dades es va realitzar una tasca estadística amb un nivell de confiança del 95% i un error menor de 0'25 °C.

Es va comparar el comportament de cada aula respecte a la mitjana per tal de determinar quines eren les aules fredes de

l'Institut i quines les càlides per analitzar després on estaven situades i el tipus d'envidrament que presentaven. Es va repetir aquest mateix estudi comparatiu prenent 20 °C com a referència. Una temperatura raonable per estar en repòs. I per tercera vegada fixant 19 °C com una temperatura suficient per no tenir fred si es manté una certa activitat.



## Primers resultats

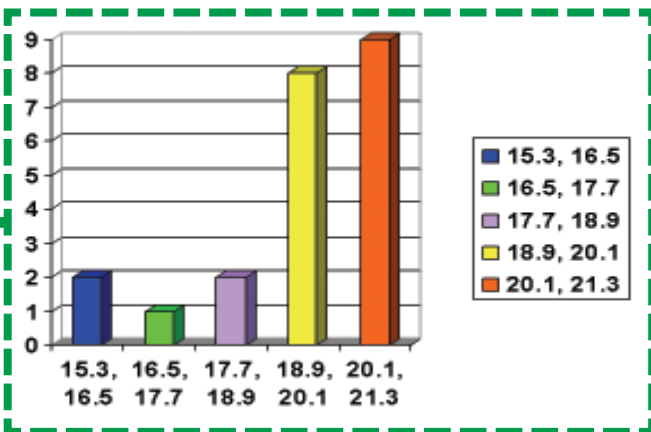
Aquest primer estudi els va permetre contrastar estadísticament algunes hipòtesis de partida que semblaven òbvies: per exemple, que la temperatura mitjana dels dilluns era sensiblement inferior a la dels dimecres i aquesta a la dels divendres, malgrat que els dilluns s'encenia la calefacció abans que la resta dels dies. Al contrari, els va sorprendre el fet que no existís relació estadística entre les temperatures de les aules, quan es comparaven les unes amb les altres. Si la calefacció complia la seva funció, hauria d'haver introduït un element de dependència entre elles que no existia. És a dir, el fet d'haver-hi calefacció hauria de tenir com a conseqüència que, quan en una aula augmentés la temperatura, succeís el mateix en cada una de les restants. No era així. La calefacció no determinava la temperatura de l'aula, intervenien altres factors que li restaven eficàcia. Tanmateix, com es podia esperar, aquesta ineficàcia no era extrema. La correlació entre la temperatura exterior i la de cadascuna de les aules també era nul·la, ja que la temperatura interior de l'edifici era pràcticament independent de l'externa. La calefacció, encara que no de forma correcta, complia la seva funció de generar una temperatura interior com més autònoma possible de l'exterior. En qualsevol cas, el més sorprenent va ser la determinació de les zones fredes i càlides del Centre.

Si situem les temperatures de les aules en un gràfic veiem com la majoria estan per sobre de 19 °C. No només això, si descartem l'aula 21, la temperatura mitjana de la qual és de 18'9 °C, molt pròxima a la temperatura de tall, hi ha 4 aules que es mantenen per sota d'aquest valor crític. Una d'elles es manté per sota dels 18 °C però n'hi ha dues per sota dels 16'5 °C!





No entrarem a discutir si 19 °C és una temperatura adequada o no per a una aula, ens interessa sobretot, saber quines són les aules fredes del Centre i quina és la raó d'aquest desequilibri.



Les aules 1, 11 i 14 ostenten aquest trist privilegi. Les dues primeres estan orientades cap al nord-oest però tenen finestres de PVC i envidrament de Climalit. La 14, al contrari, està orientada al sud-est, suporta finestres de ferro i envidrament senzill. L'anàlisi necessitava una major precisió per poder treure conclusions i això requeria estudiar les aules en la seva totalitat i els 19°C no semblaven ser la millor referència.

1. Les aules núm. 1, 2, 10 i 11 tenen finestres de PVC amb envidrament de Climalit. Totes elles orientades al nord-oest i amb temperatures sensiblement inferiors a la mitjana del Centre, excepte

la núm. 10 que està lleugerament per sobre.

2. Les núm. 3, 4, 12, 13 i 14, orientades al sud-est, tenen finestres de ferro i envidrament senzill. Dues d'elles, 13 i 14, amb temperatura inferior a la mitjana i les altres dues, 3 i 4, amb temperatura inferior a 20 °C.

3. Les aules 15 i 16 tenen finestres de PVC amb envidrament de Climalit i orientació nord-est. Ambdues amb temperatures superiors als 20 °C.

4. Les aules 8, 9, 18, 19, 20 i 21 tenen finestres de fusta, envidrament simple i orientació sud-oest. Tan sols la 21 presenta temperatures lleugerament inferiors a la mitjana.

5. Finalment, les aules 5, 6 i 7, orientades al nord-est, tenen doble finestra, de fusta a l'interior i alumini a l'exterior. Totes elles compten amb un radiador addicional i assolixen temperatures superiors als 20 °C.

Al marge de la necessitat de fer un estudi complementari volum/mòduls de calefacció, el treball dels alumnes acaba amb la conclusió que l'orientació de l'edifici no determina la temperatura interior quan s'instal·len finestres i envidraments aïllants que resulten molt més necessaris quan les primeres són de ferro i el vidre senzill.

# Programa de Formació i Educació 2006/07

**L'Oficina Insular de Consum del Cabildo de Tenerife ha posat en marxa un ampli programa d'educació al consumidor per aquest curs escolar, que es concreta en l'organització i desenvolupament dels projectes següents:**

## Concurs Insular de Professors

En el nostre sistema educatiu, l'educació dels consumidors és un dels principals continguts dins les matèries transversals, que han de formar part de l'ensenyament en totes les àrees curriculars, des d'una estratègia metodològica global i interdisciplinària.

Per fomentar l'educació al consumidor en els centres d'ensenyament, a fi que aquests continguts s'integrin amb normalitat als projectes educatius del centre i a les programacions d'aula, és necessari dur a terme iniciatives que orientin, incentivin i motivin les activitats dutes a terme pels professors i professores.

El paper del professorat és fonamental perquè es duguin a terme unitats didàctiques o projectes relacionats amb l'educació del consumidor a l'aula i als centres, ja que és el professorat mateix qui decideix en darrer terme què ensenyar, com i quan.

L'Oficina Insular de Consum i Promoció de Qualitat del Cabildo de Tenerife, compromesa amb el foment de l'Educació dels Consumidors, ha volgut fer un pas més en el desenvolupament d'aquest important contingut en les programacions i activitats curriculars de l'aula, i ha donat suport i ha incentivat la feina dels professors.

Per això, s'ha aprovat el **Primer Concurs Insular per a Professors** (de caràcter individual), amb la finalitat de promoure el desenvolupament del professorat d'educació primària i secundària d'unitats didàctiques, projectes i activitats relacionades amb l'educació dels consumidors.

La temàtica general en el qual s'han d'inspirar els treballs és el **Consum Responsable**, aplicat a temàtiques i camps diversos com el desenvolupament sostenible i el medi ambient, els residus, el transport, els sectors econòmics, el comerç, la nutrició, els productes i els serveis, la contaminació atmosfèrica, el recurs de l'aigua, les noves tecnologies de la comunicació, els drets i deures dels consumidors, l'energia, l'agricultura i els aliments, seguretat i salut, comerç just, publicitat i mitjans de comunicació, culte al cos (pírcings, tatuatges, cosmètics, cirurgia estètica), valors, estils de vida, lleure, temps lliure i comportaments consumistes, etc. Als llibres de text de les àrees de Coneixement del Medi a Primària, i Ciències de la Naturalesa, Geografia, Ciències Socials i Història i Tecnologia a Secundària, es recullen àmpliament aquests continguts i àrees temàtiques.

Els treballs poden ser unitats didàctiques, activitats de classe, projectes d'investigació, tallers, sortides de camp per seguir la pista a un producte o servei, setmana o dia del consum responsable, o qualsevol altra activitat que el professorat pugui documentar i que estigui relacionada directament o indirectament amb els continguts abans assenyalats.

Es premiaran els tres millors treballs individuals de professors d'educació primària i els tres millors treballs individuals de professors d'educació secundària, així com dues mencions especials.



Els Premis consistiran, per a ambdues categories, en:

### Primer premi:

> Viatge per a dues persones, durant 3 dies, a Santander, que inclou la visita a l'Escola Europea de Consum

> Lot de material didàctic

### Segon premi:

> Ordenador portàtil

> Lot de material didàctic

### Tercer premi:

> PDA

> Lot de material didàctic

### Mencions Especials:

> Lot de material didàctic

**El termini de presentació finalitzarà el proper 15 de maig de 2007.**



## Campanya itinerant pels municipis i centres de Tenerife

Aquesta campanya consisteix en el disseny i implementació de tres activitats itinerants que s'ofereixen i s'executen a la pròpia aula del centre escolar.

**En educació primària** es realitzaran dues grans activitats, una dirigida al primer cicle d'educació primària (infants de 6 a 8 anys), centrada en els **jocs i les joguines** (seguretat de les joguines, fabriquem la nostra pròpia joguina, aprendre a jugar sense joguines, etc.) i una altra activitat dirigida al segon i tercer cicle (infants de 8 a 12 anys), centrada en el foment de les **compres responsables i equilibrades** (administració de pressupostos, aprendre a comprar amb llista, identificació i interpretació de símbols i etiquetes).

**En educació secundària** es duran a terme activitats relacionades amb la simulació i la resolució de reclamacions i conflictes de consum, en els quals els alumnes hauran d'organitzar i resoldre pel procediment de l'arbitratge de consum casos reals o laudes publicats per les juntes arbitrals (se simularan judicis extrajudicials a classe).

## Tallers al Centre de Formació del Consumidor

En total s'estan executant 16 tallers de consum, que tenen una gran acceptació i demanda dels centres de Tenerife. En molt poques setmanes s'ha completat tot el calendari escolar per a la realització de diverses activitats:

Alimentació i compra equilibrada, consum de roba, taller sobre fruites i verdures, elaboració de suc natural, identificació de proteïnes, reciclatge i compra ecològica, identificació i elaboració de productes cosmètics, taller sobre envasos i publicitat dels productes, jocs i joguines...

En l'oferta d'enguany s'han inclòs nous tallers entre els quals es pot destacar el taller denominat **«Peatones y conductores responsables»**, que es caracteritza pel muntatge d'una autoescola infantil i un circuit per a l'ensenyament de normes bàsiques de comportament i seguretat viària.

Així mateix, es pot destacar el taller denominat **«Elaboramos nuestro propio pan»**, en el qual els alumnes es familiaritzen amb aquest important producte, i aprenen a elaborar pa de manera tradicional.



# L'Escola del Consum de Catalunya obre les portes a Primària

Aquest curs 2006-2007, l'Escola del Consum de Catalunya (ECC) de l'Agència Catalana del Consum obre les portes a un nou àmbit educatiu, l'educació primària. L'oferta educativa de primària és una iniciativa que proposa estendre l'educació del consum a totes les etapes educatives destacant així la importància d'educar en el consum des de petits per tal de formar una ciutadania responsable, activa i crítica.

A diferència de l'oferta educativa de secundària, on els alumnes es traslladen a les seus de l'ECC, a la de primària és l'equip educatiu qui va als centres educatius, per tal d'apropar-se a l'escola, al seu funcionament i a la seva realitat, facilitant que els alumnes de primària puguin realitzar tallers d'educació del consum.

El funcionament d'aquesta nova proposta de l'Agència Catalana del Consum serà igual que l'establerta fins ara: les escoles que vulguin fer la sol·licitud o rebre més informació ho podran fer a través d'Internet, adreçant-se a l'apartat de l'Escola del Consum de Catalunya de la pàgina de l'Agència Catalana del Consum ([www.consum.cat](http://www.consum.cat)), consultant al calendari els dies disponibles i l'oferta d'activitats.



En aquest primer any s'ofereixen tres tallers. Cada taller s'adreça a un cicle i per tant, tracta una temàtica del consum adaptada a les característiques de cada grup d'edat. El taller adreçat al cicle inicial s'anomena «Veig veig, de quin color és?», on els infants treballen els colors de les botigues juntament amb les sensacions que aquestes els suggereixen per ajudar la Cric, un personatge vingut d'un món en blanc i negre, a entendre un món com el nostre ple de colors i sensacions. És una activitat imaginativa on els nens aprenen a mirar les botigues des d'un altre punt de vista, tenint en compte les seves emocions.



Adreçat als infants del cicle mitjà s'ofereix el taller «Em faig gran?». La Tina és una empresària que organitza festes d'aniversari i està molt perduda a l'hora de fer la seva feina: preparar una festa per a una nena de 9 anys. Tenint com a fil conductor el repte d'ajudar-la, els nens i nenes prenen consciència dels canvis físics, canvis en les responsabilitats i en els gustos a l'hora de fer-se grans i descobreixen com això condiciona la celebració de l'aniversari.

Als més grans, els alumnes de cicle superior, s'hi adreça el taller «Què fem aquesta tarda?», on uns pintors tenen un important encàrrec: representar amb formes geomètriques la forma de gestionar el temps lliure. Per tal d'ajudar-los l'alumnat de 5è i 6è analitzen diferents activitats d'oci fixant-se en el material que necessiten, els diners que costa, els seus drets i les responsabilitats que se'n deriven... L'anàlisi realitzada serveix perquè cada grup creï, amb formes geomètriques, la representació artística del seu temps d'oci.



Amb aquesta oferta s'inicia una nova línia de treball, adreçada a l'educació primària, on el dinamisme, la dramatització i l'aproximació als centres són l'eix principal.

Meritxell Raja

Equip Educativ de l'Escola del Consum de Catalunya

# Educar el Consum creant escenaris a l'aula

**Oferir tallers per a l'Educació Primària ha significat, entre d'altres coses, repensar el format de les activitats. L'entrada a les aules de Primària demanda buscar eines didàctiques que afavoreixin l'assoliment dels objectius plantejats i a l'hora siguin atractives per a l'alumnat de Primària.**

Un dels objectius fonamentals dels tallers és fomentar la imaginació i la creativitat de l'alumnat. Pensem que ambdós aspectes són eines potents per a que l'alumnat aprengui a dissenyar contínuament estratègies enfront les noves situacions que li planteja la societat de consum.

Per afavorir aquest treball una eina que s'està mostrant molt adient és la dramatització. Es tracta de convertir les aules en escenaris on diversitat de personatges expliquen les seves històries sempre vinculades al consum. Convertir l'aula en un escenari pot ser una estratègia per fomentar la participació de l'alumnat en l'activitat proposada. Facilita l'expressió de les pròpies emocions i idees, ajuda a l'alumnat a posar-se al lloc d'una altra persona i entendre que el món es pot mirar des de diversitat de punts de vista.



Tot i així la presentació dels tallers en forma d'escenaris de dramatització implica reflexions al voltant dels personatges que apareixen, els tipus de materials que s'utilitzen i els diàlegs que es porten a terme.

Els personatges que apareixen en les dramatitzacions han de ser significatius per als infants. Poden ser personatges fantàstics com el cas de la Cric al cicle inicial. També poden ser persones del seu context, com la persona que vol preparar una festa d'aniversari a cicle mig. Per últim poden ser personatges de professions conegudes que els infants identifiquen de forma ràpida com la pintora que presenta el taller de cicle superior. En tots els casos la relació entre personatge i alumnat ha d'estar establerta a priori com a garantia per connectar les experiències dels infants amb la trama que es presenta al taller.



El material és un altre aspecte fonamental. Quan l'aula es converteix en un escenari el material passa a ser atrezzo. És més que material didàctic per convertir-se en el decorat que permet construir una nova realitat. Es fa fonamental per tant dedicar esforç a definir amb cura aspectes com el vestuari dels protagonistes, les estructures que suporten els decorats i el material que manipularan els infants.

Els diàlegs són l'altre factor determinant. En el diàleg es mostra la interacció entre actores (educadores) i públic (alumnat). Pensem en diàlegs que apropin als participants fins que tothom entra en la trama de l'obra arribant a ser part de l'equip d'actors. El diàleg es prou obert per adequar-se a les característiques de l'alumnat però a l'hora es prou tancat per afavorir la presència de continguts d'educació del consum.

Cada escenari és una porta d'entrada a la relació entre rigor i imaginació. El rigor ens permet assegurar que en cada cicle es treballen continguts curriculars propis de l'educació del consum. Ajuda a l'equip educatiu a assegurar que l'activitat va més enllà d'una dramatització per convertir-se en un espai on pensament i acció es troben al voltant d'un fenomen de consum.

A la vegada la imaginació ens permet crear situacions divergents. Buscar escenaris significatius per als infants que els hi permeti entrar en l'educació del consum de forma engrescadora i propera als seus interessos.

Rigor i imaginació es donen la mà per construir espais de creativitat on alumnat, mestres i equip educatiu són protagonistes d'una experiència intensa que té com a eix curricular l'educació del consum.

Mercè Guilera

Equip Educativ de l'Escola del Consum de Catalunya

# «Oci i Temps Lliure» Unitats didàctiques per a l'educació sobre el consum

La Direcció General de Consum de la Conselleria de Turisme, Comerç i Consum desenvolupa habitualment programes d'educació del consumidor a l'Escola, amb la finalitat de proporcionar als escolars una formació adequada i responsable en matèria de consum.

Entre les actuacions esmentades, la Conselleria de Turisme, Comerç i Consum i la Conselleria d'Educació i Cultura, han presentat les Unitats Didàctiques, que enguany estan dedicades al «Lleure i al Temps Lliure», com un dels mecanismes institucionals específics per fer efectiva l'educació del consumidor a l'escola.

Les Unitats contenen informació per animar a la lectura, per informar sobre com, quan i amb qui sortir, sobre viatges, i sobre condicions, oferta i gestió del lleure i sobre l'entrenament en habilitats de lleure i temps lliure, amb tractament metodològic.



## El Director General de Consum lliura els premis del Primer Concurs de Contes Consum del Dia Mundial del Consumidor

El director general de Consum, José Gabriel Ruiz, va lliurar el passat 16 d'abril, a l'Escola La Milagrosa de Totana, els premis als guanyadors de la Comunitat Autònoma de la Regió de Múrcia, del primer Concurs de Contes Consum «Colorín colorado, el ejercicio es sano» amb motiu del Dia Mundial del Consumidor.

El «I Concurs de Contes Consum», sota el lema «Colorín colorado, el ejercicio es sano», té l'objectiu que l'alumne conegui el seu paper com a consumidor i els drets que l'assisteixen.

Els temes tractats, sempre relacionats amb els drets dels consumidors són: la salut i la seva relació amb l'alimentació o amb l'activitat física, l'economia domèstica o el respecte pel medi ambient. En aquest cas s'ha incidit sobre l'exercici físic i els beneficis comporta per a la salut practicar-lo.



# «CUENTOS CONTIGO»

## Contes de consum responsable per als més petits

La Direcció General de Consum de la Conselleria de Turisme, Comerç i Consum ha editat «CUENTOS CONTIGO», material didàctic dirigit a infants d'educació infantil i especial, amb la finalitat de crear hàbits de conducta racionals i responsables per als més petits, així com proporcionar-los coneixements bàsics en les àrees fonamentals relacionades amb el consum, que els permetin prendre decisions informades en el futur.

El material, el qual consta de cinc contes diferents, amb una guia didàctica amb propostes d'activitats, com ara fitxes per pintar, cançons, retallables, etc. i d'un trencaclosques dels personatges que intervenen als contes, ha estat repartit entre els centres d'educació infantil i especial.



Els temes abordats als contes estan directament relacionats amb el consum i tenen l'objectiu fonamental de proporcionar un material que sigui d'utilitat a les escoles per al desenvolupament de les capacitats sensorials dels més petits i seran aplicats tant pel professor com pels monitors de consum als diferents tallers que es realitzin al llarg del curs escolar.

Els temes tractats a cada conte són:

- 1. La compra:** «**Pepe se va de compras**» es familiaritza els petits amb l'acte de comprar i adquirir objectes de forma responsable, i evitar comprar per comprar.
- 2. La roba i el calçat:** «**El jersey del arco iris**» està relacionat amb els diferents calçats que s'han d'utilitzar segons l'època de l'any; s'ensenya a llegir les etiquetes i es fa referència a les marques.
- 3. Juguines i material escolar:** «**Pepe y la caja mágica**» amb referència al tipus, materials i productes alternatius a les juguines comprades en un establiment, així com la seva correcta utilització.
- 4. Els diners i l'estalvi:** «**La princesa futbolista**» és imprescindible ensenyar als escolars a conèixer la burla i fer-ne un ús racional.
- 5. L'habitatge:** «**El cumpleaños de Rita**» on s'intenta ensenyar als infants hàbits de conducta adequats per a l'ús dels estris domèstics, i evitar accidents.



# Presentació VII Jornades de Formació-Educació en Consum Curs 2006-2007

La Conselleria de Benestar Social i Sanitat-Viceconselleria de Sanitat i Consum presenta als mitjans de comunicació, als Centres Escolars i als Sectors Socials el material i contingut de les VII Jornades de Formació-Educació en Consum per al curs 2006 - 2007.

Amb el lema «Aprent a ser consumidor - Tots som consumidors», la base metodològica de les activitats destinades a les escoles consta, com és habitual, de contes didàctics, relats didàctics i còmics. La novetat per aquest pròxim curs i per satisfer un dels objectius que impregna tota la Programació : «sensibilització amb les dificultats afegides dels consumidors amb discapacitats», consisteix que els contes didàctics destinats a Educació Primària es presenten en versió original, versió adaptada per als discapacitats visuals i versió en BRAILLE. I això, gràcies a la col·laboració de l'ONCE MELILLA.



Les obres presentades són:

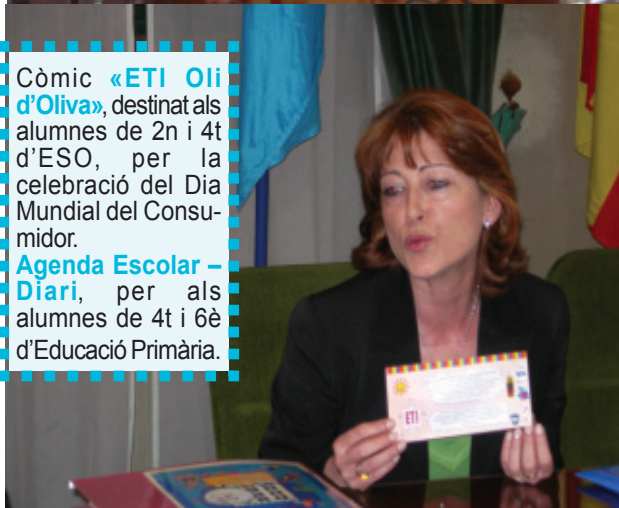
> Conte didàctic «Consumidores en apuros -Viaje a través de la tele», destinat als alumnes de 4t curs d'Educació Primària dels 15 CEIP. Acompanya el conte el tríptic amb les Bases del corresponent Concurs de Redacció. El conte es presenta en versió original, versió adaptada per a discapacitats visuals i versió en Braille. En la versió original, l'última pàgina presenta en Braille les reflexions sobre les «Dificultats afegides dels consumidors amb discapacitats», al costat de dibuixos en relleu, amb l'objectiu que l'alumnat pugui comprovar com pot veure un alumne cec els dibuixos i llegir el conte.

> Conte didàctic «Las aventuras de Matis, la burbuja de hospital», destinat als alumnes de 6è curs d'Educació Primària dels 15 CEIP. L'acompanyen igualment les Bases del corresponent Concurs de Redacció i es presenta en versió original, versió adaptada per a discapacitats visuals i versió Braille. A l'última pàgina figuren les reflexions en Braille i el dibuix en relleu de la bombolla MATIS.

> Relat didàctic «Consumidos», destinat als alumnes de 2n i 4t curs d'ESO dels 9 IES. Acompanyen el relat les Bases del Concurs de Relat, article periodístic o mural.

Còmic «ETI Oli d'Oli», destinat als alumnes de 2n i 4t d'ESO, per la celebració del Dia Mundial del Consumidor.

Agenda Escolar – Diari, per als alumnes de 4t i 6è d'Educació Primària.



**Autora de les obres:**  
M<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez  
**Coordinadora en cap de la Inspecció de Consum**



# Lliurament de premis Concurs Ús Responsable de les noves tecnologies

## VI Jornades en consum 1r i 3r d'ESO i Centres de Reforma i Acollida *Juny 2006*

Van participar al Concurs de Relat, Composició o Mural 2.000 alumnes de 1r, 3r d'ESO i Centres de Reforma i Acollida.

Es van presentar magnífics treballs en Power Point, relats i murals en què els nostres participants es van remuntar a les màquines inventades per Leonardo Da Vinci.

Enhorabona al professorat i a l'alumnat!



### Guanyadors modalitat 1r ESO

**Primer Premi:** Paula Remartínez Kraemer 1rAESO Nuestra Señora del Buen Consejo.

**Primer Premi:** Verónica Pérez Remartínez i Rocío Marta Campaña 1rAESO. IES Miguel Fernández.

**Segon Premi:** Andrés Francisco Aceituno Ruíz 1r A ESO La Salle El Carmen.

**Segon Premi:** Paula de la Victoria Martín Pérez- Nisrin Mohamed Rahal y Amín Tahiri Mohand 1rAESO. IES Juan Antonio Fermanadez.

**Tercer Premi:** Benyamín Basan Karda 1r G IES Enrique Nieto.

**Tercer Premi:** Fatima Hammou Hwouyali 1r DIES Leopoldo Queipo.

### Modalitat 1r ESO: ACCÈSSIT

**ACCÈSSIT Primer Premi:** Miguel Ramírez Muriana 1rAESO IES Virgen de La Victoria.

**ACCÈSSIT Segon Premi:** Mohamed el Moukhtari 1r D ESO IES Rusadir.

**ACCÈSSIT Tercer Premi:** Rocío Madolel Orellana 1rB ESO IES Reina Victoria Eugenia.

### Modalitat 3r ESO

**Primer Premi:** Nawel Ismael Mohamed- Bárbara Muñoz, Palazón Beatriz García Angosto 3rA ESO La Salle El Carmen.

**Segon Premi:** Pilar Parente Gómez 3rAESO Nuestra Señora del Buen Consejo.

**Tercer Premi:** Roberto Ramírez Moreno 3r C ESO IES Enrique Nieto.

### Modalitat Centres de Reforma i Acollida

**Primer Premi:** Cristian Martínez Eugenio. Eladio Alonso.

**Primer Premi:** Hamed Marzok Abdeselam. Baluarte de San Pedro – R. Cerrado

**Segon Premi:** Asíz Azaidi. La Purísima.

**Segon Premi:** Karin Nordi Mohamed. Los Pinares.

**Tercer Premi:** Riduan Laarbi Mohamed. Baluarte de San Pedro- R. semiabierto.

**Tercer Premi:** Mashda Massira. Divina Infantita.

**ACCÈSSIT Tercer Premi:** Hassan Bachiru. Los Pinares (Treball en Braille).

# «Taller de Publicitat» (Projecte 2005-2006)

## Breu presentació del centre escolar:

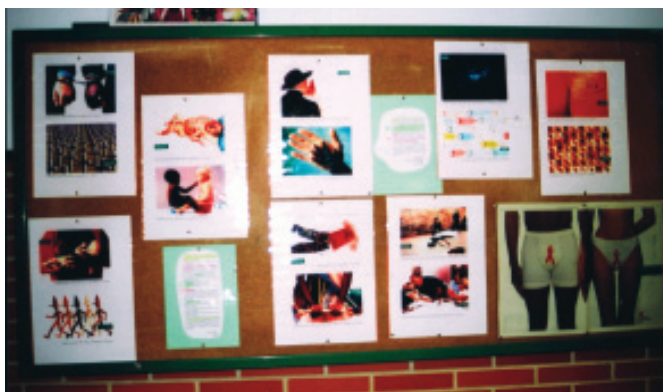
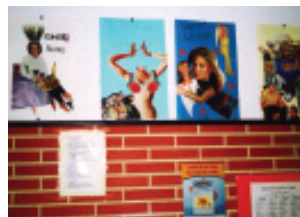
L'IES Zizur, situat a la localitat navarresa de Zizur Mayor, limítrofa amb Pamplona, en plena ruta del Camí de Santiago, és un centre comarcal bilingüe en el qual coexisteixen de forma respectuosa i harmònica l'ensenyament en castellà i en basc.

S'hi imparteix l'Educació Secundària Obligatòria i el Batxillerat a un total de 905 alumnes repartits entre els seus diferents cursos, cicles i etapes. Compta en l'actualitat amb dues Associacions de Pares i Mares (APYMAS) i amb un claustre de 94 docents, ubicats en 17 Departaments Didàctics diferents.

Les classes s'imparteixen en jornada intensiva de matí ja que, entre altres raons, una gran part de l'alumnat ve des dels pobles de la Cendea de Galar, Valdizarbe, Puente la Reina, Obanos i altres localitats properes.

## Justificació del Projecte:

El projecte denominat «Taller de Publicitat» representa una petita mostra del conjunt d'activitats educatives que sobre Educació en Valors es realitzen habitualment a l'IES Zizur, de forma preferent, amb una sèrie de grups específics de Diversificació Curricular de 3r i 4t d'ESO.



La importància del fenomen publicitari en la nostra societat actual és fàcilment observable en nombrosos aspectes concrets de la vida quotidiana, com ara les formes de vestir (tirania de les marques i modes), maneres de parlar (girs lingüístics i expressions tretes de tot el que es publicita (P. ex.: «Una miqueta de si us plau...!») «Perquè jo ho valc!»), estètiques específiques sobre la bellesa i la salut que més aviat persegueixen lletjor i malaltia (cossos «danone», noies esquelètiques, nois musculosos), falses necessitats creades *ad hoc* (P. ex.: Cremes antiarrugues per a adolescents) i un llarg etcètera.

Per tot això, constatant aquesta realitat que ens embolica i que ens porta de forma inconscient i compulsiva a consumir i adoptar aquestes escales de valors negatives que ens limiten i empobreixen com a persones, en aquest taller, utilitzem la publicitat no només per aprendre'n determinats continguts teòrics, idees o conceptes, sinó sobretot i fonamentalment, com un poderós recurs didàctic, tant per revisar estils de vida propis i aliens, comportaments, actituds, creences, ideologies, elements de manipulació i discriminació, models de bellesa, prejudicis, estereotips, rols sexistes, etc., com per enfortir la nostra autoestima, la pròpia imatge personal o autoconcepte, habilitats de comunicació (escolta activa, assertivitat, negociació), la resolució de conflictes,

la resistència a la pressió grupal, l'autocontrol, l'autonomia i el maneig positiu de la frustració i de l'ansietat.

Els continguts es treballen al llarg de tot el curs escolar a les hores de classe, com a matèria alternativa a la Religió, a la Comunitat Autònoma de Navarra, denominada «Activitats Educatives Organitzades» (AEO), depèn del Departament de Filosofia i el seu currículum és un compendi de continguts ètics, antropològics i culturals; si bé es treballa coordinadament amb altres àrees i assignatures.

Els continguts esmentats es desenvolupen de forma progressiva, amb un tractament en espiral, començant amb l'anàlisi dels valors subjacents al llenguatge explícit i implícit dels anuncis i altres estratègies publicitàries per anar augmentant la complexitat de la reflexió i poder arribar a analitzar la pròpia estructuració del psiquisme i la personalitat humana, en penetrar conceptualment a l'esfera de la motivació, el desig, l'afectivitat i la conducta humana.

Les activitats que es realitzen són molt dinàmiques i variades: murals, enquadernacions, exposicions, dramatitzacions, debats, anàlisi de casos i anuncis concrets, dilemes morals, recopilació i posterior treball crític sobre els catàlegs nadalencs i altres campanyes publicitàries, còmics, teatre llegit, jornades de discussió dirigida, etc.; malgrat la seva diversitat, segueixen un fil conductor comú: estan emmarcades dins d'una metodologia activa i participativa, que fuig de la mera instrucció, el dogmatisme i la lliçó magistral, ja que els considera inadequats per a la finalitat perseguida.

Les activitats a destacar del Taller de Publicitat realitzat durant el curs 2005-2006 (fa cinc anys que fem el Taller), són la retirada d'un catàleg de productes per la neu d'una coneguda marca esportiva, per contenir imatges sexistes que puntualment denunciem a la pròpia empresa anunciadora, a través de diverses cartes i recollida de firmes i a l'Institut de la Dona, i la realització d'una exposició oberta al públic (les fotos de la qual acompanyen aquest text) sobre aquest i altres treballs realitzats al Taller (conceptes bàsics, paper de la imatge, significat cromàtic, interrelació imatge/text, erotisme, missatges sobre tabac i alcohol, rols sexistes assignats per mitjà dels jocs i joguines als catàlegs comercials, cosificació de la imatge femenina, una impactant campanya de cartells de Benetton, breu història de la publicitat a través del còmic, anuncis antics, etc.) que convidem a conèixer a tota la comunitat educativa del nostre Institut.

**«Projecte «Taller de Publicidad» del curs acadèmic 2005-2006 acollit a la convocatòria de subvencions destinades al finançament de projectes escolars d'Educació per al Consum del Govern de Navarra. IES Zizur BHI- Zizur Mayor (Navarra) Mapa Conceptual**



A través d'aquest mapa conceptual, et convidem a conèixer, d'una forma senzilla, esquemàtica i sintètica a l'hora, en què va consistir el taller esmentat, quins continguts es van abordar, amb quina finalitat, en quines àrees es van desenvolupar, quins recursos es van utilitzar i quines van ser les activitats realitzades.

En el mapa conceptual es poden veure, amb una sola ullada, totes les respostes donades a les preguntes educatives bàsiques del projecte, sobre Què, Qui, Quan, Com, On, Per què i Per a què.

**Maite Segura Corretgé**  
Dpt. de Filosofia de l'IES. Zizur



# II Trobada Europea de Professors de la Xarxa E-CONS

Sota el lema «Per una Educació del Consumidor al servei d'una ciutadania europea activa», es va desenvolupar a Roma els dies 26, 27 i 28 d'octubre, la II Trobada Europea de Professors de la Xarxa E-Cons, on es van reunir més de 150 professionals de l'Educació del Consumidor de vint-i-tres països europeus.

La Xarxa E-Cons s'emmarca dins de l'acció Comenius 3 del programa comunitari Sòcrates. La seva finalitat és impulsar la formació dels consumidors perquè actuïn de forma conscient, crítica, solidària i compromesa amb el seu entorn mediambiental;



que coneguin els seus drets i que assumeixin les seves responsabilitats en una Europa en

procés d'ampliació, dins d'uns valors transversals clarament definits.

La Xarxa és de gran interès per al professorat europeu que desenvolupa la seva activitat docent amb escolars d'entre 3 i 18 anys. Busca la seva implicació directa, la seva participació activa, posar en comú projectes i activitats i dotar-lo de recursos tècnics amb què puguin desenvolupar a l'aula els millors projectes en l'àmbit de l'Educació del Consumidor.

Al llarg de les tres jornades es van realitzar ponències, comunicacions, presentacions de projectes i propostes sobre els tres blocs temàtics al voltant dels quals va versar aquesta II Trobada: el binomi consum-salut, Qualitat de vida i Desenvolupament sostenible. Entre els ponents van figurar experts de l'UNESCO i de la Comissió Europea, així com d'organitzacions de consumidors, representants de les diferents comunitats autònomes i principalment professors i professores.

Paral·lelament al desenvolupament de la trobada va tenir lloc una exposició amb més de quaranta estands de materials didàctics sobre l'Educació del Consumidor, i diferents murals informatius sobre projectes desenvolupats o propostes realitzades per professors, organismes i organitzacions participants en aquest congrés.

L'últim dia de la trobada es va presentar el Manual Bàsic per a l'Educació del Consumidor. Al esmentat document s'inclouen, entre d'altres: els objectius que es volen assolir amb el



desenvolupament de projectes d'Educació del Consumidor, les idees sobre com desenvolupar-los a l'aula o les estratègies metodològiques útils per a abordar

temes com l'alimentació i la nutrició, la publicitat i els mitjans de comunicació o l'ecoconsum.

A continuació s'ofereix un petit resum d'una de les ponències marc amb què va engegar aquesta II Trobada Europea de Professors de la Xarxa-Econs.

**D. Francesco Tonucci**  
**Investigador del Consell Nacional d'Investigacions, responsable del Projecte Internacional «La ciutat dels infants»**

**«Els infants tenen dret a consumir la seva pròpia ciutat»**

**> Abans teníem por del bosc.**

*Ens sentíem segurs a la ciutat, lloc dels jocs i de les amistats. La nostra ludoteca era el carrer, les places, els camps (sovint es discutia amb els adults).*

*Les nostres joguines naixien de les canyes, de les glans, de l'argila.*

*Per a mi també de les capsas buides dels medicaments que el meu pare infermer ens portava.*

*No hi havia parcs per als infants. Es jugava a la ciutat de tots, sovint lluitant per usar alguns espais. S'usaven d'amagat els espais dels adults, quan a ells no els servien.*

*Les cases bombardejades eren «meravelloses» ludoteques, misterioses i màgiques, on els adults havien desaparegut.*

### > No hi havia negocis de joguines.

Se les construïen tots sols amb l'ajuda dels pares i dels avis. Una joguina no sempre la portaven els Reis. El nen Jesús algun dolç i figues seques, mandarines velles a meitat de quaresma. Aquests eren els regals.

No hi havia negocis de roba per a infants, la cosien les mares utilitzant les robes deixades pels adults, sovint girades al revés.

Els infants eren molts i jugaven en grups als carrers. Els automòbils eren molts menys, però igualment perillosos. A més, també es deia que els gitanos robaven als nens; llavors, com ara, era fals, però els infants sobreviuen fora.

Abans els infants desgastaven el fons dels pantalons i les sabates (els ferros als talons).

Faltaven més de deu anys per a l'arribada de la televisió.

### > Avui els infants estan absents. No es veuen més. S'han convertit en objecte de consum.

En les últimes dècades els infants s'han convertit en subjectes de consum. Ha nascut un mercat enorme destinat a ells: després de la multitud de negocis de joguines neixen els supermercats de joguines, les multinacionals, la competència xinesa.

Negocis de roba i de calçat especialitzats. Desfilades de moda. Publicitat per a ells. Amb ells, sobre ells, per convertir-los en promotors petulants i reivindicadors de consum, per fer xantatge afectiu als seus pares (si els voleu bé...).

Vesteixen els fills a la moda per fer-se veure (com un accessori preciós). Els infants d'avui tenen el televisor a l'habitació i el mòbil a la butxaca. Costen molt. Consumeixen molt.

El cap: els productes dels infants a la farmàcia: l'infant com a malalt (les sabates a la farmàcia, però les aspirines al supermercat, no).

### > Els infants perden la ciutat.

En el mateix període els infants perden la possibilitat d'usar la ciutat per a les seves necessitats i per al seu desenvolupament. Es crea un segon mercat, el de les oportunitats educatives. De l'escola a la tarda, a les ludoteques perquè arribin a ser grans ballarines, campions olímpics o campions mundials de futbol).

Per permetre fer als infants allò que nosaltres no havíem pogut fer de petits.

Però no juguen a la pilota, estudien futbol, i és una altra cosa.

L'infant no pot jugar a la ciutat en aquestes condicions, i l'infant que no pot jugar, no creix bé.

La política dels serveis és un engany per als infants, per a ells no n'hi ha prou de posar-hi un pegat, cal treure les causes del problema.

**Prodi: «No n'hi ha prou de proporcionar serveis als infants, hem de restituir-los les ciutats»**

### > La ciutat perd els infants.



Es torna bruta i insegura.

La participació dels infants al govern de la ciutat pot resoldre molts problemes: restituir la ciutat als infants i els infants a la ciutat.

Alguns exemples de propostes dels infants

a les ciutats de la xarxa «La ciutat dels infants».

**«La ciutat que desitgen els infants costa menys, és més bonica, i més sana.»**



> **L'avaluació de la Trobada de Roma ha estat molt positiva. Però, sobretot, volem destacar l'activa participació del professorat. Més de 40 projectes busquen socis, dels quals 32 en van**

**trobar tres o més i la resta en van trobar un o dos, cosa que els permetrà trobar la resta amb relativa facilitat. El nombre de centres escolars associats és de 1.792.**



> **Ja estem començant a preparar la propera trobada de la XARXA. El professorat que vulgui participar-hi ha de començar ara a buscar recursos. Quan surti la convocatòria d'ajuts Comenius és el moment.**

> **Per a més informació es pot consultar la web:**

**[www.e-cons.net](http://www.e-cons.net)**

-  **>CANTÀBRIA\_ Organisme:** Escola Europea de Consumidors del Govern de Cantàbria  
**Adreça:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Telèfon:** 942 210600 **Fax:** 942 210867  
**C/e:** escuela@infoconsumo.es **Persona de contacte:** Nieves Álvarez Martín
-  **>ASTÚRIES\_ Organisme:** Agència de Sanitat Ambiental i Consum del Principat d'Astúries  
**Adreça:** C/ Santa Susana, 20, 2n, 33007 Oviedo **Telèfon:** 985 108303 **Fax:** 985 108310  
**C/e:** rafaelgb@princast.es **Persona de contacte:** Rafael González del Busto
-  **>COMUNITAT VALENCIANA\_ Organisme:** Direcció General de Seguretat Industrial i Consum de la Generalitat Valenciana **Adreça:** C/ Colón 32, 46004 València **Telèfon:** 96 3184224  
**Fax:** 96 3184217 **C/e:** lopez\_mjorod@gva.es **Persona de contacte:** M<sup>a</sup> José López Ródenas
-  **>GALÍCIA\_ Organisme:** Institut Gallec de Consum. Xunta de Galícia **Adreça:** Plaza de Europa, 10 A, 2N, 15703 Santiago de Compostela **Telèfon:** 981 534410 **Fax:** 981 522129  
**C/e:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacte:** Esther Álvarez Fernández
-  **>CASTELLA-LA MANXA\_ Organisme:** Direcció General de Consum de la Junta de Comunitats de Castella-la Manxa **Adreça:** C/ Berna, 1, 1<sup>a</sup> planta, 45071 Toledo **Telèfon:** 925 284530  
**Fax:** 925 226206 **C/e:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacte:** Alejandro Salcedo Aznal
-  **>EUSKADI\_ Organisme:** Direcció de Consum i Seguritat industrial del Govern Basc  
**Adreça:** C/ Donostia-San Sebastián núm 1, 01010 Vitoria **Telèfon:** 945 019924 **Fax:** 945 019947  
**C/e:** n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacte:** Nekane Ribado Vitorica
-  **>EXTREMADURA\_ Organisme:** Direcció General de Consum i Salut Comunitària de la Conselleria de Sanitat i Consum de la Junta d'Extremadura **Adreça:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1a planta 06800 Mérida (Badajoz) **Telèfon:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **C/e:** ana.grande@sc.juntaex.es  
**Persona de contacte:** Ana Grande Murillo
-  **>MADRID\_ Organisme:** Direcció General de Consum de la Comunitat de Madrid  
**Adreça:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4t 28008 Madrid **Telèfon:** 91 5803200 **Fax:** 915803338  
**C/e:** angel.escolar@madrid.org **Persona de contacte:** Ángel Escolar-Noriega Prieto
-  **>ARAGÓ\_ Organisme:** Direcció General de Consum del Govern d'Aragó  
**Adreça:** Avda. Pablo Gargallo, 3 1a Planta, 50071 Saragossa **Telèfon:** 976 714792 **Fax:** 976 715609  
**C/e:** formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacte:** Francisca Pérez Jiménez
-  **>CASTELLA I LLEÓ\_ Organisme:** Direcció General de Salut Pública i Consum de la Junta de Castella i Lleó **Adreça:** Paseo Zorrilla, 1, 47007 Valladolid **Telèfon:** 983 413196 **Fax:** 983 412538  
**C/e:** heralvca@jcyll.es **Persona de contacte:** Carmen Herrero Álvarez
-  **>LA RIOJA\_ Organisme:** Direcció General d'Educació i Direcció General d'Ordenació i Desenvolupament Econòmic del Govern de la Rioja **Adreça:** C/ Marqués de la Ensenada, 15, baixos (entrada per Alba de Castro) / 26071 Logroño **Telèfon:** 941 291203 **Fax:** 941 291712  
**C/e:** consumo.formacion@larioja.org **Persona de contacte:** M<sup>a</sup> José Gómez de Segura Martínez
-  **>CANÀRIES\_ Organisme:** Conselleria de Desenvolupament Econòmic, Comerç i Ocupació de l'Ajuntament de Tenerife **Adreça:** Plaza de España, s/n Edifici Annex, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Telèfon:** 922 314501 **Fax:** 922 239979 **C/e:** ldominguez@cabtfe.es **Persona de contacte:** Luis Domínguez Rodríguez
-  **>CATALUNYA\_ Organisme:** Agència Catalana del Consum **Adreça:** Gran Via 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:** Direcció General de Consum de Múrcia **Adreça:** Ronda Levante, 11, 30071 Múrcia **Telèfon:** 968 366815 **Fax:** 968 366817 **C/e:** mrosa.sancho@carm.es  
**Persona de contacte:** Maria Rosa Sancho Celdrán
-  **>ANDALUSIA\_ Organisme:** Direcció General de Consum d'Andalusia **Adreça:** Plaza Nueva, 4, 41071 Sevilla **Telèfon:** 955 041459 **Fax:** 955 041461 **C/e:** melena.suarez@juntadeandalucia.es  
**Persona de contacte:** Elena Suárez Mariscal
-  **>MELILLA\_ Organisme:** Direcció General de Salut i Consum 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<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez
-  **>NAVARRA\_ Organisme:** Direcció General d'Indústria i Comerç 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