

guia d'activitats de l'Escola del Consum de Catalunya

guía de actividades
de la Escuela del Consumo
de Cataluña

*guide to activities
of the Catalan
Consumer School*



agència catalana
del consum



Generalitat
de Catalunya

guia d'activitats de l'Escola del Consum de Catalunya

guía de actividades de la Escuela del Consumo de Cataluña

guide to activities of the Catalan Consumer School

L'Agència Catalana del Consum (ACC) és un organisme autònom de la Generalitat de Catalunya que té com a objectiu principal garantir els drets de les persones com a consumidores de béns i productes i usuaris de serveis. Entre els diferents objectius de l'ACC, destaca el fet de formar, informar i educar les persones consumidores. Per aquest motiu, **el 2003 es va crear l'Escola del Consum de Catalunya (ECC).**

L'ECC és un **servei públic gratuït**, creat amb la finalitat d'afavorir i potenciar la presència de l'educació del consum dins l'àmbit educatiu català. **Educar el consum és**, per a l'ECC, una oportunitat per **formar joves crítics, actius i responsables.**

L'ECC és un espai per fer activitats que permeten a l'alumnat reflexionar i aprofundir sobre els actes quotidians de consum. La seva **oferta educativa es dirigeix principalment als estudiants catalans.** També ofereix serveis educatius diversos, com ara les sessions adreçades a pares i mares de centres educatius o els seminaris per a professionals del món educatiu. Està formada per una seu central, a la ciutat de Barcelona, i una seu territorial, que es desplaça per Catalunya.

L'ECC es constitueix en un **centre permanent d'estudis de l'educació del consum** en què la investigació enriqueix l'activitat docent diària a través de la innovació constant:

- **L'activitat docent** amb tallers per a l'alumnat d'educació primària, d'educació secundària obligatòria, de batxillerats, de cicles formatius i d'educació especial.

- **La innovació** se centra en la recerca constant de noves formes d'introduir l'educació del consum en el currículum escolar. Es treballa amb preguntes com a motor d'aprenentatge, la incorporació de l'art i el significat i la funcionalitat dels tallers en la vida quotidiana de l'alumnat.

- **La investigació**, tant acadèmica com descriptiva, es concreta en el diàleg disciplinari com a forma d'abordar l'educació del consum.

La Agencia Catalana del Consumo (ACC) es un organismo autónomo de la Generalitat de Catalunya que tiene como principal objetivo garantizar los derechos de las personas como consumidoras de bienes y productos y como usuarias de servicios. Entre los diferentes objetivos de la ACC, destaca el hecho de formar, informar y educar a las personas consumidoras. Por este motivo, **en el 2003 se creó la Escuela del Consumo de Cataluña (ECC).**

La ECC es un **servicio público gratuito** creado con la finalidad de favorecer y potenciar la presencia de la educación del consumo dentro del ámbito educativo catalán. **Educar el consumo es**, para la ECC, una oportunidad de **formar jóvenes críticos, activos y responsables.**

La ECC es un espacio donde realizar actividades que permitan al alumnado reflexionar y profundizar en los actos cotidianos de consumo. Su **oferta educativa se dirige principalmente a los estudiantes catalanes.** También ofrece servicios educativos diversos, como las sesiones dirigidas a padres y madres de centros educativos, o seminarios para los profesionales del mundo educativo. Está formada por una sede central, en la ciudad de Barcelona, y una sede territorial que se desplaza por Cataluña.

La ECC se constituye en un **centro permanente de estudios de la educación del consumo** en el que la investigación enriquece la actividad docente diaria a través de la innovación constante:

- **La actividad docente** con talleres para el alumnado de educación primaria, de educación secundaria obligatoria, de bachilleratos, de ciclos formativos y de educación especial.

- **La innovación** se centra en la búsqueda constante de nuevas formas de introducir la educación del consumo en el currículum escolar. Se trabaja con preguntas como motor de aprendizaje, la incorporación del arte, y el significado y la funcionalidad de los talleres en la vida cotidiana del alumnado.

- **La investigación**, tanto académica como descriptiva, se concreta en el diálogo disciplinario como forma de abordar la educación del consumo.

*The Catalan Consumer Agency (ACC) is an autonomous body of the Government of Catalonia, whose chief aim is to guarantee the rights of individuals as consumers of goods and products, and as users of services. The goals of the ACC include training, informing and educating consumers. For this reason, **the Catalan Consumer School (ECC) was created in 2003.***

*The ECC is a **free public service**, created to promote and strengthen the presence of consumer education within the Catalan education system. **Educating the consumer is an opportunity to train critical, active and responsible young people.***

*The ECC organises activities that allow students to explore and study in more depth everyday acts of consumption. Its **educational offerings are aimed principally at Catalan students.** It also offers various educational services, such as sessions aimed at parents of schoolchildren and seminars for education professionals. The school's headquarters are in the city of Barcelona and it also runs a roving Territorial Office which moves around Catalonia.*

*The ECC was established as a **permanent study centre for consumer education**, where research enriches daily teaching through constant innovation:*

- **Teaching through workshops** for students in Primary Education, Secondary Education, high school, vocational training and Special Education.

- **Innovation focuses** on the constant search for new ways to introduce consumer education into the school curriculum. It works with questions which promote learning, the use of art and the meaning and functionality of the workshops in the daily life of students.

- **Research**, both academic and descriptive, is based on dialogue as a way of looking at consumer education.

l'Escola del Consum de Catalunya

Objectiu:

L'objectiu bàsic del disseny de les activitats de l'ECC és introduir en cada una de les propostes educatives el pensament crític, la necessitat d'actuar i la responsabilitat, des d'un model propi que es fonamenta en els eixos didàctics següents:

- **Partir de preguntes significatives**, cercant un posicionament ciutadà responsable davant del consum. Les activitats comencen amb una pregunta que permet detectar els models explicatius inicials de l'alumnat, l'ajuda a orientar-se sobre els continguts que es treballaran i serveix per tancar la proposta amb una activitat vinculada a l'acció.
- **Evitar el reduccionisme**, construint una estratègia pròpia, fugint de consignes elaborades per altres. Es parteix de les experiències de l'alumnat per estimular la reflexió i buscar el diàleg amb altres companys i companyes per definir els propis posicionaments.
- **Considerar la dimensió artística** per reflexionar sobre el fenomen del consum des d'un vessant també emocional.
- **Utilitzar diversitat de llenguatges**: el poètic, el visual, el musical, el científic, el matemàtic, el narratiu... per representar vivències i construir missatges que recullin una varietat de perspectives.
- **Afavorir la creativitat**, per estimular l'intercanvi de punts de vista diferents entre l'alumnat.
- **Apostar per la ciutadania**, estimulant la relació entre el treball individual i el treball cooperatiu, i afavorint espais de diàleg i intercanvi d'idees des de la reflexió i el rigor conceptual.
- **Establir espais de diàleg** entre les àrees curriculars amb l'objectiu d'utilitzar els seus models explicatius per afavorir la comprensió dels actes de consum, estimular la reflexió en cada àrea i establir relacions entre els seus continguts.

La proposta didàctica:

La proposta didàctica s'organitza en espais on entren en diàleg les concepcions de l'alumnat, els models explicatius que li arriben en interacció amb altres (companys, equip docent, especialistes, fonts d'informació diverses...) i el coneixement derivat de la diversitat de disciplines curriculars. S'organitza en:

- **Activitats d'exploració** que tenen com a funció verbalitzar els punts de vista inicials sobre el fenomen que s'ha de treballar.
- **Activitats d'introducció de continguts** que afavoreixen la confrontació del propi coneixement amb el dels altres, amb les dades que aporten noves observacions, amb l'explicació d'experts, el coneixement disciplinar, etc.
- **Activitats d'estructuració** que estimulen l'encaix personal que cada individu fa entre els seus models inicials de partida i les noves aportacions introduïdes.
- **Activitats d'aplicació** dels nous models explicatius que ha anat construint a situacions o contextos diversos, i que permeten trobar noves aplicacions al model construït per reforçar-ne i, simultàniament, ampliar-ne el significat.

L'ECC aposta per una ciutadania que, davant de noves situacions, sigui capaç de prendre una posició des de la reflexió. S'hi incorpora la dimensió emocional mitjançant l'art, per posar en evidència que en les nostres decisions quotidianes l'emoció té un paper determinant.

El consum es defineix com un fenomen que, lluny de tancar-se en ell mateix, és una plataforma **per apropar-se i actuar davant el món**. És una oportunitat perquè infants i joves aprofundeixin en el coneixement del seu entorn prenent com a eix significatiu les pròpies experiències com a consumidors i consumidoras.

la Escuela del Consumo de Cataluña

Objetivo:

El objetivo básico del diseño de las actividades de la ECC es introducir en cada una de las propuestas educativas el pensamiento crítico, la necesidad de actuar y la responsabilidad, desde un modelo propio que se fundamenta en los ejes didácticos siguientes:

- **Partir de preguntas significativas**, buscando un posicionamiento ciudadano responsable ante el consumo. Las actividades comienzan con una pregunta que permite detectar los modelos explicativos iniciales del alumnado, que le ayuda a orientarse sobre los contenidos que se trabajarán y que sirve para cerrar la propuesta con una actividad vinculada a la acción.
- **Evitar el reduccionismo**, construyendo una estrategia propia, huyendo de consignas elaboradas por otros. Se parte de las experiencias del alumnado para estimular la reflexión y buscar el diálogo con otros compañeros y compañeras para definir los propios posicionamientos.
- **Considerar la dimensión artística** para reflexionar sobre el fenómeno del consumo, también, desde una vertiente emocional.
- **Utilizar diversos lenguajes**: el poético, el visual, el musical, el científico, el matemático, el narrativo... para representar vivencias y construir mensajes que recojan diversas perspectivas.
- **Favorecer la creatividad**, para estimular el intercambio de puntos de vista diferentes entre el alumnado.
- **Apostar por la ciudadanía**, estimulando la relación entre el trabajo individual y el trabajo cooperativo, y favoreciendo espacios de diálogo e intercambio de ideas desde la reflexión y el rigor conceptual.
- **Establecer espacios de diálogo** entre las áreas curriculares con el objetivo de utilizar sus modelos explicativos para favorecer la comprensión de los actos de consumo, estimular la reflexión en cada área y establecer relaciones entre sus contenidos.

La propuesta didáctica:

La propuesta didáctica se organiza en espacios donde entran en diálogo las concepciones propias del alumnado, los modelos explicativos que les llegan en interacción con otros (compañeros, equipo docente, especialistas, fuentes de información diversas...) y el conocimiento derivado de la diversidad de disciplinas curriculares. Se organiza en:

- **Actividades de exploración** que tienen como función verbalizar los puntos de vista iniciales sobre el fenómeno que se tiene que trabajar.
- **Actividades de introducción de contenidos** que favorecen la confrontación del propio conocimiento con el de los demás, con los datos que aportan nuevas observaciones, con la explicación de expertos, el conocimiento disciplinar, etc.
- **Actividades de estructuración** que estimulan el encaje personal que cada individuo hace entre sus modelos iniciales de partida y las nuevas aportaciones introducidas.
- **Actividades de aplicación** de los nuevos modelos explicativos que ha ido construyendo en situaciones o contextos diversos, y que permiten encontrar nuevas aplicaciones al modelo construido para reforzar, y simultáneamente ampliar, el significado.

La ECC apuesta por una ciudadanía que, ante nuevas situaciones, sea capaz de tomar una postura desde la reflexión. Se incorpora la dimensión emocional mediante el arte, para poner en evidencia que en nuestras decisiones cotidianas la emoción desempeña un papel determinante.

El consumo se define como un fenómeno que, lejos de cerrarse en sí mismo, es una plataforma **para acercarse y actuar ante el mundo**. Es una oportunidad para que niños y niñas y jóvenes profundicen en el conocimiento de su entorno tomando como eje significativo sus propias experiencias como consumidores y consumidoras.

the Catalan Consumer School

Objective:

The basic objective of the design of the ECC's activities is to introduce critical thought and the need to act responsibly towards each of the educational proposals from a unique model that is based on the following teaching areas:

- **Based on meaningful questions**, seeking a position of responsible consumption by citizens. The activities begin with a question that detects the initial explanatory models of the students, guiding them through the contents used, and serving to complete the activity with an exercise centred on action.
- **Avoiding reductionism**, building your own strategy, and avoiding slogans written by others. The work is based on the experiences of students in order to stimulate thinking and to seek a dialogue with other classmates so as to define your own positions.
- **Considering art as a way** of also reflecting the phenomenon of consumption from an emotional aspect.
- **Using a diversity of languages:** poetic, visual, musical, scientific, mathematical, narrative... to represent experiences and build messages that collect a variety of perspectives.
- **Encouraging creativity**, in order to stimulate the exchange of different viewpoints among students.
- **Supporting the general public**, stimulating the relationship between individual and cooperative work, and creating spaces for dialogue and the exchange of ideas based on reflection and conceptual rigor.
- **Establishing spaces for dialogue** between the different curricular areas in order to use explanatory models to promote an understanding of consumer acts, to stimulate reflection on each area and to establish relationships between their contents.

Educational proposal:

The educational proposal is organised into spaces where dialogue is encouraged between the concepts of the students themselves, the explanatory models that interact with others (peers, teachers, specialists, various sources of information ...) and knowledge from the diversity of curricular disciplines. This is organized thus:

- **Exploration activities** whose function is to verbalize initial points of views on the phenomenon to be worked on.
- **Activities based on the introduction of the contents** which encourage the confrontation of one's own knowledge with that of others, with the data provided by new observations, with the explanation of experts, and with the knowledge of the subject, etc..
- **Activities based on structuring** that stimulate the personal adaptation which each individual makes between his/her initial starting models and the new introduced contributions.
- **Activities based on implementing** new explanatory models that have been built in different contexts or situations, and which permit new applications to be found which allow the model built to be reinforced and at the same time for its meaning to be expanded.

The ECC believes in citizens who when faced with new situations are capable of taking a position based on reflection. The emotional dimension is added by means of art in order to demonstrate that emotion plays a decisive role in our daily decisions.

Consumption is defined as a phenomenon that, far from being closed in on itself, is a platform to **approach and act towards the world**. It is an opportunity for children and young people to improve their knowledge of their environment, using as a significant base their own experiences as consumers.



per a més informació:

para más información:

further information:

www.consum.cat



**agència catalana
del consum**



**Generalitat
de Catalunya**



l'oferta educativa

els tallers

L'oferta educativa de l'ECC es basa en la realització de tallers sobre l'educació del consum adequats a cadascun dels nivells educatius. Els elaboren els mateixos educadors prenent com a base les directrius del personal tècnic en consum de l'Agència Catalana del Consum pel que fa als temes sobre el consum, tenint en compte el currículums escolars i la influència de les emocions en els actes de consum, per mitjà de la introducció de les arts escèniques com a canal vehicular.

El centre educatiu i el professorat poden triar la temàtica dels tallers segons les preferències que tinguin i els continguts treballats a l'aula.

Bàsicament, es treballa amb el grup-classe.

Els tallers es desenvolupen intentant fomentar la participació activa i el diàleg permanent, a fi d'afavorir la comunicació entre l'alumnat i les persones educadores. S'estimula la reflexió i l'intercanvi d'opinions com a punt de partida per prendre decisions pròpies.

l'educació primària

Els tallers tenen lloc al centre educatiu mateix i tenen una durada aproximada d'una hora i mitja. La dinàmica general dels tallers parteix sempre d'una escenificació teatral. A partir d'aquest escenari, es planteja una situació que l'alumnat haurà de resoldre al llarg del taller.

l'educació secundària

La visita a la seu central de l'ECC té una durada de entre tres i cinc hores. La dinàmica general d'una visita consta d'una presentació inicial,

la oferta educativa

los talleres

La oferta educativa de la ECC se basa en la realización de talleres sobre la educación del consumo adecuados a cada uno de los niveles educativos. Los elaboran los propios educadores partiendo de las directrices del personal técnico en consumo de la Agencia Catalana del Consumo en lo relativo a los temas sobre el consumo, teniendo en cuenta los currículums escolares y la influencia de las emociones en los actos de consumo, a través de la introducción de las artes escénicas como canal vehicular.

El centro educativo y el profesorado pueden elegir la temática de los talleres según las preferencias que tengan y los contenidos trabajados en el aula.

Básicamente, se trabaja con el grupo-clase.

Los talleres se desarrollan intentando fomentar la participación activa y el diálogo permanente, con el fin de favorecer la comunicación entre el alumnado y las personas educadoras. Se estimula la reflexión y el intercambio de opiniones como punto de partida para tomar decisiones.

la educación primaria

Los talleres se realizan en el propio centro educativo y tienen una duración aproximada de una hora y media. La dinámica general de los talleres parte siempre de una escenificación teatral. A partir de este escenario, se plantea una situación que el alumnado deberá resolver a lo largo del taller.

la educación secundaria

La visita a la sede central de la ECC tiene una duración de entre tres y

educational offer

workshops

The educational program of the ECC is based on consumer education workshops which are designed for each educational level. They are designed for the educators themselves based on the guidelines of the technical staff of the Catalan Consumer Agency with regards to consumer issues, taking into account the school curriculum and the influence of emotions in acts of consumption, through the use of the performing arts as a channel for communication.

The school and teachers can choose the subject matter of the workshops according to the preferences and the contents in the classroom.

Work is basically done with the class-group.

The workshops are designed to try and encourage active participation and dialogue in order to facilitate communication between students and educators. Reflection and the exchange of views are stimulated as a starting point to encourage them to make their own decisions.

primary education

The workshops are organised at the school itself and last about an hour and a half. The general dynamic of the workshops is always based on a performed play. This then leads on to a situation that students must solve during the workshop.

secondary education

The visit takes place at the Headquarters of the ECC, and lasts for three-five hours. The general dynamic of a visit involves an initial presentation, which encourages the

amb què s'afavoreix que l'alumnat prengui consciència del seu paper com a consumidor, la realització de tallers en grups reduïts d'alumnes i una cloenda.

Es poden fer dos tipus de visita, en funció del tipus de taller:

•**Visita basada en tallers globals:** en la visita es fa un taller global de tres hores. A partir d'un tema quotidià, es tracten de manera global diferents temàtiques relacionades amb el consum, incidint sobretot en els continguts actitudinals.

•**Visita basada en tallers específics:** en la visita es fan tres tallers específics de 45 minuts. S'ofereix un ventall de nou tallers específics centrats en una temàtica concreta de consum. El grup aula que hi acudeix per primer cop ha de fer obligatòriament el taller de Quines regles té el consum? i el professorat podrà escollir-ne els altres dos.

l'educació especial

La visita es pot fer tant a la seu central de l'ECC com al mateix centre educatiu, amb una durada de 2 hores i 30 minuts. La dinàmica general dels tallers consta de:

- una presentació inicial, amb què s'afavoreix que l'alumnat prengui consciència del seu paper com a consumidor
- la realització de tallers en grups reduïts d'alumnes i una aplicació final, en què es fomenta una síntesi dels continguts més rellevants dels tallers.

També es poden fer dos tipus de visita, en funció del tipus de taller:

•**Visita basada en tallers globals:** a partir d'un tema quotidià, es tracten diferents temàtiques relacionades amb el consum d'una manera global i incidint, sobretot, en els continguts actitudinals.

•**Visita basada en tallers específics:** s'ofereixen quatre tallers independents en els quals es tracten temes específics del consum. En la visita es fan dos tallers, segons el tipus d'alumnat, el lloc de realització i la temàtica triada.

cinco horas. La dinàmica general de una visita consta de una presentació inicial que facilita que el alumnado tome consciència de su papel como consumidor, la realización de talleres en grupos reducidos de alumnos y una clausura.

Se pueden hacer dos tipos de visita, en función del tipo de taller:

•**Visita basada en talleres globales:** en la visita se hace un taller global de tres horas. A partir de un tema cotidiano, se tratan de manera global diferentes temáticas relacionadas con el consumo incidiendo sobre todo en los contenidos actitudinales.

•**Visita basada en talleres específicos:** en la visita se realizan tres talleres específicos de 45 minutos. Se ofrece un abanico de nuevo talleres específicos centrados en una temática concreta de consumo. El grupo aula que acuda por primera vez deberá participar obligatoriamente en el taller ¿Qué reglas tiene el consumo? y el profesorado podrá escoger entre los otros dos.

la educación especial

La visita se puede hacer tanto a la sede central de la ECC como al propio centro educativo, con una duración de 2 horas y 30 minutos. La dinàmica general de los talleres consta de:

- una presentació inicial, donde se favorece que el alumnado tome consciència de su papel como consumidor
- la realización de talleres en grupos reducidos de alumnos y
- una aplicació final, en la que se fomenta una síntesi de los contenidos más relevantes de los talleres.

También se pueden hacer dos tipos de visita, en función del tipo de taller:

•**Visita basada en talleres globales:** a partir de un tema cotidiano se tratan diferentes temáticas relacionadas con el consumo de una manera global e incidiendo sobre todo en los contenidos actitudinales.

•**Visita basada en talleres específicos:** se ofrecen cuatro talleres independientes en los que se tratan temas específicos del consumo. En la visita se hacen dos talleres, según el tipo de alumnado, el lugar de realización y la temàtica elegida.

students to become aware of their role as consumers, conducting workshops in small groups of students and ending with a closing discussion.

Two types of visit can be made, depending on the type of workshop:

•**Visit based on global workshops:** *the visit involves a general three-hour workshop. Taking an everyday item as a starting point, various issues are discussed related to global consumption focusing especially on attitudes.*

•**Visit based on specific workshops:** *the visit involves three specific workshops lasting 45 minutes each. A range of new specific workshops are offered focusing on a specific consumer topic. The class group which comes for the first time must do the mandatory workshop What are the rules of consumption? and teachers can choose the other two.*

special education

The visit can be made to both the Headquarters of the ECC and at the school itself, and lasts for 2 hours, 30 minutes. The general dynamic of the workshops involves:

- an initial presentation, which encourages the students to become aware of their role as consumers*
- carrying out workshops in small groups of students*
- a final activity which promotes a synthesis of the relevant contents of the workshops.*

Two types of visit can also be made, depending on the type of workshop:

•**Visit based on global workshops:** *Taking an everyday item as a starting point, various issues are discussed related to global consumption focusing especially on attitudes.*

•**Visit based on specific workshops:** *Four independent workshops are offered focusing on a specific consumer topic. The visit involves two workshops, depending on the type of students, the place where it takes place and the subject chosen.*

Educació Primària / Educación Primaria / Primary Education



veig, veig...
de quin color és?

veo, veo...
de qué color es?

*I can see, I can
see... what colour
is it?*

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

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

¿Por qué las farmacias son tan blancas? ¿Cómo nos sentiríamos en una tienda de juguetes oscura? ¿Una pescadería es fría o cálida?

Nuestro entorno está lleno de colores y sensaciones. Paseando por la calle, podemos ver una gran diversidad de tiendas de distintos colores. A partir de los colores de las tiendas, se quiere hacer reflexionar sobre la diversidad de establecimientos de compra y de los productos que ofrecen. Los colores son, en este taller, un escenario para trabajar, también, las sensaciones y las emociones que influyen en nuestro consumo.

Why are pharmacies so white? How would you feel in a dark toy shop? Is a fishmonger's hot or cold?

Our environment is full of colours and sensations. Walking down the street, we see a wide variety of shops with different colours. Using the colours of the shops as a starting point the aim is to reflect on the diversity of shops and the products they offer. The colours in this workshop became a scenario to work on, and additionally, the feelings and emotions that influence us when we consume.

Educació Primària / Educación Primaria / Primary Education



nyam, nyam...
què hi ha per
berenar?

ñam, ñam...
¿qué tenemos
para merendar?

yummy, yummy...
what's for tea?

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

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

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

¿Qué tenemos hoy para merendar? ¿Puedo merendar siempre pan con chocolate? ¿Un trozo de pastel es una buena merienda? Ñam, ñam... ¿a qué ritmo se mueve mi merienda?

La tarde va de la mano de la merienda. Merendamos cada día sin reflexionar demasiado en el hecho de que en un trozo de bocadillo, en una pieza de fruta o en la bollería interviene muchos elementos. El taller plantea la merienda como una necesidad de alimentación biológica y, por lo tanto, de salud. Pero también nos hace saber que la merienda es un acto social en el que las emociones y los gustos tienen mucha relevancia.

El taller propone reflexionar sobre el momento de comprar la merienda, los criterios de elección y los procesos y actitudes propias de la acción de comprarla.

What's for afternoon snack today? I always have bread with chocolate for afternoon snack? A piece of cake is a good snack? Yummy...

In Catalonia, the afternoon and the afternoon snack go hand in hand. We have a sandwich, a piece of fruit or a pastry without thinking too much about the many elements involved. The workshop sees the afternoon snack as a necessity in terms of a biological foodstuff and of health. But we also explain that it is also a social event, in which emotions and tastes are very important.

The workshop aims to reflect on the moment when the afternoon snack is bought, the selection criteria and the processes and attitudes involved with the action of buying.

Educació Primària / Educación Primaria / Primary Education



em faig gran? ¿me hago mayor? *am I growing up?*

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

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

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

¿Cómo sé que me hago mayor? ¿Cómo celebro que me hago mayor? ¿Qué es una fiesta de cumpleaños?

El día del cumpleaños es un día especial. Todos te felicitan, compras un pastel, apagas tus velas y te hacen regalos. Es un día en el que tanto el consumo como el paso del tiempo están presentes.

A partir de la organización de una fiesta de cumpleaños, se reflexiona sobre los cambios sociales y personales que se producen a medida que nos hacemos mayores. Al mismo tiempo, se dan herramientas al alumnado para que valore los elementos que entran en juego en una fiesta de cumpleaños.

How do I know I am growing up? How do I celebrate growing up? What is a birthday?

Your birthday is a special day. Everyone congratulates you, they buy you a cake, you blow out the candles and they give you presents. Consumption and the passage of time are both present on this day.

Starting with organizing a birthday party, a reflection is made of the personal and social changes that occur as we grow older. The students are also given tools to assess the elements involved in a birthday party.

Educació Primària / Educación Primaria / Primary Education



a què juguem?

¿a qué jugamos?

what shall we
play?

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

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

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

¿Necesito juguetes para jugar? ¿A cuántos juegos puedo jugar con una pelota? ¿Cómo utilizo el juguete? ¿Qué me dice mi juguete?

Jugando nos divertimos, nos relacionamos, nos solidarizamos, elaboramos estrategias, nos adentramos en mundos imaginarios, descubrimos nuevos horizontes... El juego y el juguete se convierten, sobre todo en la infancia, en elementos cotidianos y diversos que nos relacionan con otras personas y con el entorno.

El taller toma como eje los juguetes para reflexionar sobre su diversidad, su valor social y para conocer toda la información que nos ofrecen sus etiquetas. Al mismo tiempo, se aportan herramientas al alumnado para que entienda que jugar implica tomar decisiones sobre la adquisición y el uso de los juguetes.

Do we need toys to play? How many games can we play with one toy? How do I use toys? What does my toy say to me?

We have fun playing, we mix with each other, we think about each other, we devise strategies, we enter imaginary worlds, discover new horizons ... Playing and toys become, especially in childhood, varied and everyday affairs, with which we relate to others and the environment.

The workshop is centred on toys in order to reflect on their diversity, their social value and in order to understand all the information provided on the labelling. At the same time, students are given tools to understand that playing involves decisions around the purchase and use of toys.

Educació Primària / Educación Primaria / Primary Education



em compres un
somriure?

¿me compras una
sonrisa?

can you buy me a
smile?

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

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

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

¿Podemos consumir un kilogramo de felicidad? ¿Y un paquete de recuerdos? ¿Puedo comprar una sonrisa? ¿Qué se puede consumir y qué no?

A menudo comprar productos se asocia con la compra de emociones, de ahí que un kilogramo de felicidad pueda ser, en el fondo, aquel producto que nos hace tanta ilusión.

El taller pretende analizar qué se puede comprar según los criterios legales que definen a la persona consumidora, que tiene unos derechos y unos deberes concretos. Al mismo tiempo, también se aborda cómo la compra de productos se asocia al consumo de emociones y de valores sociales.

Can we consume a kilogram of happiness? And a package of memories? Can you buy a smile? What can you consume and what not?

Buying products is often associated with the purchase of emotions and that's why a kilogram of happiness could be, in essence, the product that we would really most like to have.

The workshop seeks to analyze what can be bought according to the law that defines the consumer, who has specific rights and duties. At the same time, the purchase is discussed of products associated with the consumption of emotions and social values.



què em poso
aquest matí?

¿qué me pongo
esta mañana?

*what shall I wear
this morning?*

Què em poso aquest matí?" és una pregunta que ens fem diàriament i que ens condueix a parlar inevitablement de consum: consum d'aigua i sabons per a la dutxa, de roba, de sabates... En aquest taller s'identifiquen els factors que influeixen a l'hora d'escollir tots aquests productes.

Se segueix la pista dels texans (des del camp on es cultiva el cotó fins a l'armari de casa) per tal de descobrir els diferents criteris que es poden considerar a l'hora de prendre la decisió de compra: econòmics, ecològics, legals, de salut, de moda...

"¿Qué me pongo esta mañana?" es una pregunta que nos hacemos diariamente y que nos conduce a hablar inevitablemente de consumo: consumo de agua y jabones para la ducha, de ropa, de zapatos... En este taller se identifican los factores que influyen a la hora de escoger todos estos productos.

Se sigue la pista de los tejanos (desde el campo donde se cultiva el algodón hasta el armario de casa) para descubrir los diferentes criterios que se pueden tener en cuenta al tomar la decisión de compra: económicos, ecológicos, legales, de salud, de moda...

"What shall I wear this morning?" is a question we ask every day and that inevitably leads us to talk about consumption: the consumption of water and soap for showering, clothes, shoes ... This workshop identifies the factors that influence us when choosing these products.

The route of jeans is followed (from the field where the cotton is grown to the bedroom wardrobe) in order to uncover the different criteria that are considered when making purchasing decisions: economic, ecological, legal, health, fashion...



Educació Secundària / Educación Secundaria / Secondary Education



em sento bé?

¿me encuentro
bien?

do I feel well?

Entenent la salut des d'un punt de vista ampli, el taller se centra en l'estil de vida. Cada persona té el seu estil de vida, que serà més o menys saludable segons la manera que tingui d'alimentar-se, de passar el temps lliure, de relacionar-se amb els altres, etc.

Per treballar-ho es fan activitats centrades en dos eixos: la relació amb un mateix (tenint en compte el benestar físic i el benestar psíquic) i la relació amb els altres.

Entendiendo la salud desde un punto de vista amplio, el taller se centra en el estilo de vida. Cada persona tiene su propio estilo de vida, que será más o menos saludable según la manera que tenga de alimentarse, de pasar el tiempo libre, de relacionarse con los demás, etc.

Para trabajarlo se hacen actividades centradas en dos ejes: la relación con uno mismo (teniendo en cuenta el bienestar físico y el bienestar psíquico) y la relación con los demás.

Understanding health from a broader perspective, the workshop focuses on lifestyles. Each person has their own lifestyle, which is more or less healthy depending on how they tend to eat, spend free time, interact with others, etc...

This work involves activities focused on two themes: the relationship with oneself (taking into account our physical and psychological well-being) and our relationship with others.



qan i com qdm :p?

¿quando y cmo
qdm :p?

qan i com qdm :p?
(Catalan text message
slang: when shall we
meet?)

“Qan i com qdm :p ?” és una frase que no ens estranyaria llegir en un missatge de mòbil o en una conversa de xat, que indica la temàtica d’aquest taller: la comunicació mitjançant les noves tecnologies.

A partir d’unes proves i d’un joc de rol es reflexiona sobre diferents aspectes de la comunicació per mòbil o per internet: gestió de pressupost, dependència de les noves tecnologies o no, seguretat a Internet, implicacions de la comunicació, característiques de les noves tecnologies...

“¿Quando y cmo qdm:p?” es una frase, que no nos extrañaría leer en un sms o en una conversación de chat, que indica la temática de este taller: la comunicación mediante las nuevas tecnologías.

A partir de unas pruebas y de un juego de rol, se reflexiona sobre diferentes aspectos de la comunicación por móvil o por internet: gestión de presupuesto, dependencia o no de las nuevas tecnologías, seguridad en Internet, implicaciones de la comunicación, características de las nuevas tecnologías...

“Qan i com qdm :p ?” is a sentence which we would not be surprised to read in an SMS or an internet chat, which indicates what the theme of this workshop is: communication through new technologies.

After some tests and a role-play there is a discussion on different aspects of communication by mobile phone or Internet, budget management, dependent or not on new technologies, Internet security, the implications of communication, characteristics of new technologies



Educació Secundària / Educación Secundaria / Secondary Education



és dissabte, què fem?

es sábado, ¿qué hacemos?

it's Saturday.
What shall we do?

A l'hora de planificar una tarda, cal prendre decisions com: amb qui es vol passar l'estona, quina activitat es vol fer, de quant temps es disposa, quants diners es destinen a l'activitat...

Aquest taller tracta de la presa de decisions pel que fa a la gestió de l'oci, i se centra en el consum de serveis (discoteques, cinemes, salons recreatius...).

A la hora de planificar una tarde hay que tomar decisiones como: con quién se quiere pasar el rato, qué actividad se quiere realizar, de cuánto tiempo se dispone, cuánto dinero se destina a la actividad...

Este taller trata de la toma de decisiones relativas a la gestión del ocio, y se centra en el consumo de servicios (discotecas, cines, salones recreativos...).

When planning an afternoon it is necessary to make decisions such as: who you want to hang out with, what do you want to do, how much time do you have, how much money are you going to spend on this activity...

This workshop deals with making decisions regarding the management of leisure, and focuses on the consumption of services (discos, cinemas, recreational clubs ...).



quines regles té el consum?

¿qué reglas tiene el consumo?

what are the rules of consumption?

A partir d'un còmic on es planteja un conflicte de consum, es reflexiona sobre els drets i els deures de la persona consumidora i les diferents vies de resolució de conflictes.

A partir de un cómic que plantea un conflicto de consumo, se reflexiona sobre los derechos y los deberes de la persona consumidora y sobre las diferentes vías de resolución de conflictos.

Starting with a comic in which a consumer conflict arises, a reflection is made on the rights and duties of the consumer and the various ways of resolving conflicts.



la xocolata és dolça
per a tothom?

¿el chocolate es
dulce para todo el
mundo?

*is chocolate sweet
for all of us?*

Es pren com a referència el recorregut del cacau i la transformació que se'n fa per analitzar els agents que intervien en la producció i comercialització de la xocolata.

A partir d'un joc virtual, l'alumnat decideix com intervenir en el procés considerant els criteris d'equitat, justícia social, sostenibilitat i la capacitat d'acció de les persones consumidores.

Se toma como referencia el recorrido del cacao y la transformación que se hace del mismo para analizar los agentes que intervienen en la producción y comercialización del chocolate.

A partir de un juego virtual, el alumnado decide cómo intervenir en el proceso considerando los criterios de equidad, justicia social, sostenibilidad y la capacidad de acción de las personas consumidoras.

The workshop takes as a reference the journey made by cocoa and its transformation in order to analyze the agents involved in the production and marketing of chocolate.

Starting with a virtual game, students decide how to intervene in the process considering the criteria of equity, social justice, sustainability and capacity for action of consumers



**l'aigua està sempre
en equilibri?**

**¿el agua está
siempre en
equilibrio?**

***is water always in
balance?***

A partir d'un fenomen proper i quotidià per a l'alumnat, com és el consum d'aigua, es reflexiona sobre l'ús que se'n fa i el valor que té.

Mitjançant una dinàmica que integra jocs d'atzar, es fa un recorregut des de l'origen de l'aigua fins al seu consum, integrant factors econòmics, ambientals, socials i culturals.

A partir de un fenómeno próximo y cotidiano al alumnado, como es el consumo de agua, se reflexiona sobre el uso que se hace de la misma y sobre el valor que tiene.

Mediante una dinámica que incorpora juegos de azar, se recorre el camino del agua desde su origen hasta su consumo, integrando factores económicos, ambientales, sociales y culturales.

Starting with an everyday phenomenon which is close to students - the use of water- a reflection is made on how we use it and its value.

Through a dynamic which involves games of chance, a path is followed from the source of the water to its consumption, integrating economic, environmental, social and cultural rights.

Educació Secundària / Educación Secundaria / Secondary Education



**missatges o
missatgers?**

**¿mensajes o
mensajeros?**

**messages or
messengers?**

Missatges o missatgers? És una pregunta que ens condueix a parlar del paper canviant del món del consum en la publicitat, ja que cada vegada més les persones esdevenim autèntics transmissors de publicitat.

Aquest taller tracta les estratègies de la publicitat per cridar l'atenció, si hi ha d'haver alguna regulació sobre això i quin paper hi tenen les persones consumidores.

¿Mensajes o mensajeros? Es una pregunta que nos conduce a hablar del papel cambiante del mundo del consumo en la publicidad, ya que, cada vez más, las personas nos convertimos en auténticos transmisores de publicidad.

Este taller trata de las estrategias publicitarias para llamar la atención, si debe haber alguna regulación sobre ello y de cuál es el papel de las personas consumidoras.

Messages or messengers? It is a question that leads us to discuss the changing role of the world of consumption in advertising, as more and more people become veritable transmitters of advertising.

This workshop discusses the strategies of advertising to draw attention, whether this should be regulated and what role consumers should play.



**em serveixen
els serveis?**

**¿me sirven los
servicios?**

**are services useful
to me?**

Mitjançant un joc de preguntes i respostes, es vol aconseguir que l'alumnat sigui conscient dels drets i deures que té quan contracta un servei, ja sigui anar a la discoteca, fer reparar una motocicleta o baixar-se d'internet una melodia per al mòbil.

Mediante un juego de preguntas y respuestas, se quiere conseguir que el alumnado sea consciente de sus derechos y deberes cuando contrata un servicio, ya sea al ir a la discoteca, al reparar una motocicleta o al bajarse de Internet una melodía para el móvil.

Through a set of questions and answers, the aim is for students to be aware of their rights and responsibilities when contracting a service, whether this is going to the disco, having a motorcycle repaired or downloading a melody for the mobile from the Internet.



com sé què
compro?

¿cómo sé qué
compro?

how do I know
what I'm buying?

L'activitat comença amb el disseny d'uns envasos. D'aquesta manera, l'alumnat reflexiona sobre la informació que ha de portar l'etiqueta corresponent.

Aquest taller tracta de la informació que faciliten les etiquetes i de la seva importància en el moment d'adquirir un producte en funció de les necessitats pròpies.

La actividad comienza con el diseño de unos envases. De esta manera, el alumnado reflexiona sobre la información que ofrece la etiqueta correspondiente.

Este taller trata de la información que facilitan las etiquetas y de su importancia en el momento de adquirir un producto en función de las necesidades propias.

The activity begins by looking at the design of a series of containers. In this way students think about the information which each label should carry.

This workshop looks at information provided by labels and its importance when purchasing a product according to the consumer's own needs.

Educació Secundària / Educación Secundaria / Secondary Education



ho puc trobar
a la xarxa?

¿lo puedo
encontrar en la
red?

*can I find it on the
net?*

Aquest taller vol que l'alumnat aprengui a navegar amb seguretat per Internet i que conegui els avantatges i els riscos del comerç electrònic.

Els joves es familiaritzen amb Internet i aprenen sobre les precaucions que han de prendre i les eines que tenen al seu abast per fer un ús responsable d'aquest mitjà.

Este taller se propone que el alumnado aprenda a navegar con seguridad por Internet y que conozca las ventajas y los riesgos del comercio electrónico.

Los jóvenes se familiarizan con Internet y aprenden cuáles son las precauciones que deben tomar y las herramientas que tienen a su alcance para hacer un uso responsable de este medio.

This workshop seeks for students to learn to surf the Internet safely and to know the advantages and risks of electronic commerce.

Young people become familiar with the internet and learn what precautions they should take and the tools at their disposal to make a responsible use of this medium.

Educació Secundària / Educación Secundaria / Secondary Education



on tinc els meus
dinners?

¿dónde tengo mi
dinero?

where is my
money?

A partir de la pregunta "On tinc els meus diners?", se situa a l'alumnat davant de situacions de consum properes i quotidianes que impliquen la presa de decisions en la gestió de diners.

Aquest taller es proposa que l'alumnat prengui consciència dels diners que gestiona, tant directament com indirectament. A més, amb l'alumnat de batxillerat i cicles formatius s'aprofundeix també en la diversitat de serveis bancaris.

A partir de la pregunta "¿Dónde tengo mi dinero?" se sitúa al alumnado ante situaciones de consumo próximas y cotidianas que implican tomar decisiones en la gestión del dinero.

Este taller se propone que el alumnado tome conciencia del dinero que gestiona, tanto directa como indirectamente. Además, con el alumnado de bachillerato y ciclos formativos se profundiza también en la diversidad de servicios bancarios.

Starting with the question "Where is my money?" the students are given everyday consumer situations which are close to them which involve decision-making in the managing of money.

This workshop seeks to make students aware of the money they manage, both directly and indirectly. In addition, students at High School and doing Vocational Training also look in more depth at the range of banking services.



anem de
compres?

¿vamos de
compras?

shall we go
shopping?

El consum és un món ple d'emocions que, a l'hora de comprar, hi tenen un paper molt important.

Aquest taller tracta els diferents elements que poden influir en les emocions que sentim quan comprem, per exemple la música de l'establiment, els companys, la marca, l'etiqueta, els records, els gustos...

El consumo es un mundo lleno de emociones que, a la hora de comprar, tienen un papel muy importante.

Este taller trata de los diferentes elementos que pueden influir en las emociones que sentimos cuando compramos, por ejemplo la música del establecimiento, los compañeros, la marca, la etiqueta, los recuerdos, los gustos...

Consumption is a world full of emotions and motivations, and when making a purchase these play a very important role.

This workshop covers the different elements that can influence the emotions we feel when we buy, for example the music of the shop, peers, the brand, the label, memories, tastes ...



**captures
impactes?**

**¿capturas
impactos?**

***the impact of
shopping centres***

Els centres comercials no es defineixen per les seves característiques geogràfiques o històriques, sinó per la funció que desenvolupen: el consum comercial i d'oci. Són un espai molt quotidià per als joves.

A partir d'una visita a un centre comercial, els alumnes reflexionen sobre les característiques d'aquests espais de consum, relacionant-los amb dos temes concrets: els impactes publicitaris i les reclamacions de consum.

Los centros comerciales no se definen por sus características geográficas o históricas, sino por la función que desarrollan: el consumo comercial y de ocio. Son un espacio muy cotidiano para los jóvenes.

A partir de una visita a un centro comercial, los alumnos reflexionan sobre las características de estos espacios de consumo, relacionándolos con dos temas concretos: los impactos publicitarios y las reclamaciones de consumo.

Shopping centres are not defined by their geographical or historical characteristics, but by their role: shopping and leisure consumption. They are very familiar places for young people.

After a visit to a shopping centre, students reflect on the characteristics of these places of consumption, relating them to two specific issues: the impact of advertising and consumer complaints.

Educació Especial / Educación Especial / *Special Education*



què em poso
aquest matí?

¿qué me pongo
esta mañana?

*What shall I wear
this morning?*

“Què em poso aquest matí?” és una pregunta que ens fem diàriament i que ens condueix a parlar inevitablement de consum de roba.

Mitjançant l’anàlisi de la roba “per dins” (propietats i característiques dels teixits) i “per fora” (ús en diferents contextos), es treballen eines perquè l’alumnat pugui triar la seva roba i vestir-se de manera adequada al context i a les necessitats individuals i socials.

“¿Qué me pongo esta mañana?” es una pregunta que nos hacemos diariamente y que nos conduce a hablar, inevitablemente, del consumo de ropa.

Mediante el análisis de la ropa “por dentro” (propiedades y características de los tejidos) y “por fuera” (uso en diferentes contextos) se trabajan herramientas para que el alumnado pueda elegir su ropa y vestirse de manera adecuada al contexto y a las necesidades individuales y sociales.

“What shall I wear this morning?” is a question we ask every day and that inevitably leads us to talk about the consumption of clothes.

By looking at clothes “inside” (the properties and characteristics of fabrics) and “outside” (their use in different contexts) tools are worked on so that students can choose their clothing and dress appropriately to the context, and according to their individual and social needs.



Educació Especial / Educación Especial / *Special Education*



**em serveixen
els serveis?**

**¿me sirven los
servicios?**

***are services useful
to me?***

A partir de la simulació de diferents situacions de consum quotidianes, l'alumnat pren consciència de la diferència entre l'adquisició de béns o la contractació de serveis. Això els permet ser conscients dels drets i deures que tenen com a persones consumidores en cada una de les situacions i com evitar i/o resoldre possibles conflictes de consum.

A partir de la simulación de diferentes situaciones de consumo cotidianas, el alumnado toma conciencia de la diferencia entre la adquisición de bienes o la contratación de servicios. Eso les permite ser conscientes de los derechos y deberes que tienen como personas consumidoras en cada una de las situaciones y de cómo evitar y/o resolver posibles conflictos de consumo.

From the simulation of different situations involving everyday consumption, students become aware of the difference between purchasing goods and contracting services. This allows them to become aware of their rights and obligations as consumers in each situation and how to avoid and / or resolve possible consumer conflicts.

Educació Especial / Educación Especial / *Special Education*



**missatges o
missatgers?**

**¿mensajes o
mensajeros?**

***messages or
messengers?***

Missatges o missatgers? És una pregunta que ens condueix a parlar del paper canviant del consumidor en la publicitat, ja que cada cop més les persones esdevenim autèntics transmissors de publicitat.

Mitjançant la visualització de diferents anuncis publicitaris i l'experimentació amb mitjans tècnics (càmera de vídeo), l'alumnat pren consciència de la importància d'interpretar la publicitat des d'un punt de vista crític.

¿Mensajes o mensajeros? Es una pregunta que nos conduce a hablar del papel cambiante del consumidor en la publicidad, ya que cada vez más las personas nos convertimos en auténticos transmisores de publicidad.

Mediante la visualización de diferentes anuncios publicitarios y la experimentación con medios técnicos (cámara de vídeo), el alumnado toma conciencia de la importancia de interpretar la publicidad desde un punto de vista crítico.

Messages or messengers? This is a question that leads us to discuss the changing role of the world of consumption in advertising, as more and more people become veritable transmitters of advertising.

By watching different advertisements and experimenting with technical means (video camera), the students become aware of the importance of understanding advertising from a critical viewpoint.

Educació Especial / Educación Especial / *Special Education*



**com sé què
compro?**

**¿cómo sé qué
compro?**

***how do I know
what I'm buying?***

A partir de la poesia i la percepció de sons, olors i colors presents en un mercat, l'alumnat reflexiona al voltant de la diversitat de productes i de parades.

Paral·lelament, el llenguatge teatral permet identificar i analitzar estratègies per afavorir el procés de compra al mercat i la presa de decisions en l'acte de compra.

A partir de la poesia y la percepció de sonidos, olores y colores presentes en un mercado, el alumnado reflexiona sobre la diversidad de productos y de comercios.

Paralelamente, el lenguaje teatral permite identificar y analizar estrategias para favorecer el proceso de compra en el mercado y la toma de decisiones en el acto de compra.

Through the use of poetry and the perception of sounds, smells and colours present in a market, the students reflect on the diversity of products and market stalls.

At the same time, theatrical language enables the students to identify and look at strategies to promote the process of buying in the market and to make decisions when purchasing.

Educació Especial / Educación Especial / *Special Education*



**a casa, on es troba
l'accident?**

**en casa, ¿dónde se
encuentra el
accidente?**

**where do accidents
happen at home?**

A partir d'activitats dinàmiques i participatives, el taller proposa una reflexió sobre els accidents.

Es presenta l'accident com una trobada entre subjectes, agents i medis, en què l'atzar també hi té un paper protagonista.

Reflexionar sobre l'accident capacita l'alumnat per prevenir-lo o per no magnificar-lo.

A partir de actividades dinámicas y participativas, el taller propone una reflexión sobre los accidentes.

Se presenta el accidente como un encuentro entre sujetos, agentes y medio, donde el azar también tiene un papel protagonista.

Reflexionar sobre el accidente capacita al alumnado para prevenirlo o no magnificarlo.

Through the use of dynamic and participatory activities, the workshop proposes a reflection on accidents.

Accidents are shown as an encounter between individuals, agents and means, where chance also plays a key role.

Reflecting on accidents empowers students to prevent them or at least not to make them worse.



recursos didàctics

A més dels tallers per als alumnes, l'Escola del Consum de Catalunya posa a l'abast dels diferents agents implicats en el sistema educatiu català, ja siguin les famílies o bé les escoles i el professorat, una sèrie d'eines per apropar l'educació del consum als infants i als joves catalans.

Com a pares, les famílies poden assistir a les xerrades formatives que realitza l'equip educatiu, prèvia sol·licitud de l'AMPA.

Per a les escoles i el professorat, oferim la possibilitat de participar en un concurs escolar sobre consum responsable, en el que la primera part està constituïda per un joc en línia, les proves del qual se superen amb l'ajut d'unes fitxes pedagògiques; aquest concurs s'anomena Consumòpolis.

També per al professorat, s'organitzen seminaris sobre l'educació del consum.

Per posar en relació l'escola i la família s'ha posat en marxa un projecte titulat "Ens trobem... comprant?" per treballar al primer cicle de primària.

Per a l'alumnat de batxillerat, posem a la seva disposició la possibilitat de tutelar el seu treball de recerca sobre l'educació al consum o de fer una estada a l'empresa, també per preparar aquest treball.

recursos didácticos

Además de los talleres para los alumnos, la Escuela del Consumo de Cataluña pone al alcance de los diferentes agentes implicados en el sistema educativo catalán, ya sean las familias o bien las escuelas y el profesorado, una serie de herramientas para acercar la educación del consumo de los niños y niñas y de los jóvenes catalanes.

Como padres, las familias pueden asistir a las charlas formativas que realiza el equipo educativo, previa solicitud de la AMPA.

Para las escuelas y el profesorado, ofrecemos la posibilidad de participar en un concurso escolar sobre consumo responsable en el que la primera parte está constituida por un juego on line cuyas pruebas se superan con la ayuda de unas fichas pedagógicas. Este concurso se llama Consumòpolis.

También para el profesorado se organizan seminarios sobre la educación del consumo.

Para poner en relación la escuela y la familia se ha puesto marcha un proyecto titulado "¿Nos encontramos... comprando?" para trabajar en el primer ciclo de primaria.

Para el alumnado de bachillerato, ponemos a su disposición la posibilidad de tutelar su trabajo de investigación sobre la educación en el consumo o de hacer una estancia en la empresa, también para preparar dicho trabajo.

educational resources

In addition to the workshops for pupils, the Catalan Consumer School makes available to the various agents involved in the Catalan educational system (families, schools, teachers), a series of tools to bring consumer education to children and young Catalans.

Parents can attend talks given by the educational team, upon application by the parents' associations.

We offer the opportunity to schools and teachers to participate in a school competition on responsible consumption, in which the first part consists of an online game. The tests in the game are passed with the help of educational sheets. This competition is called Consumòpolis.

Teachers are also offered seminars on consumer education.

In order to bring together the school and families, a project has been launched entitled "Shall we meet up ... and go shopping?" for lower primary schools.

For high school students, we offer the ability to tutor their research on consumer education or to organise company internships, also for the preparation of this work.



Recursos didàctics / Recursos didácticos / Educational resources



els estudis los estudios studies

Els estudis realitzats com a centre permanent d'educació del consum, prenen com a base les respostes que els joves donen durant la realització del taller a l'ECC a diferents qüestions sobre els seus hàbits de consum, han estat els següents:

Curs 2005-06

•LES MARQUES I ELS JOVES

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

•CRITERIS DELS JOVES EN RELACIÓ A LA COMPRA DE ROBA

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

Curs 2006-07

•ELS JOVES I ELS DINERS

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

Curs 2007-08

•EL CONEIXEMENT DELS DRETS I ELS DEURES DE LES PERSONES CONSUMIDORES PER PART DELS JOVES DE CATALUNYA

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

Curs 2008-09

•ELS JOVES I LES NTICs D'ACCÉS A L'ENTORN VIRTUAL

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

Curs 2009-10

•ELS JOVES I EL CONSUM DE SERVEIS EN EL TEMPS LLIURE

Estudis sobre el hàbit de consum dels joves de Catalunya

Los estudios realizados como centro permanente de educación del consumo, toman como base las respuestas que los jóvenes dan durante la realización de talleres en la ECC a diferentes cuestiones sobre sus hábitos de consumo, han sido los siguientes:

Curso 2005-06

•LAS MARCAS Y LOS JÓVENES

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

•CRITERIOS DE LOS JÓVENES EN RELACIÓN A LA COMPRA DE ROPA

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

Curso 2006-07

•LOS JÓVENES Y EL DINERO

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

Curso 2007-08

•EL CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS Y LOS DEBERES DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS POR PARTE DE LOS JÓVENES DE CATALUÑA

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

Curso 2008-09

•LOS JÓVENES Y LAS NTICs DE ACCESO AL ENTORNO VIRTUAL

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

Curso 2009-10

•LOS JÓVENES Y EL CONSUMO DE SERVICIOS EN EL TIEMPO LIBRE

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

The following studies were carried out in a permanent consumer education centre, based on the answers given by young people during ECC workshops to different questions on their consumption habits:

2005-06 school year

•BRANDS AND YOUNG PEOPLE

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

•CRITERIA OF YOUTH IN CONNECTION WITH THE PURCHASE OF CLOTHING

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

2006-07 school year

•YOUNG PEOPLE AND MONEY

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

2007-08 school year

•KNOWLEDGE OF RIGHTS AND OBLIGATIONS OF CONSUMERS BY YOUNG PEOPLE IN CATALONIA

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

2008-09 school year

•YOUTH ACCESS AND ICTs IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

2009-10 school year

•YOUTH AND FREE TIME CONSUMER SERVICES

Studies on the consumer habits of young people in Catalonia

Recursos didàctics / Recursos didácticos / Educational resources



conkurs escolar: consumópolis

concurso escolar: consumópolis

school competition: consumópolis

L'Agència Catalana del Consum, juntament amb l'Institut Nacional del Consum i els organismes de consum d'altres comunitats autònomes, organitza anualment un concurs escolar sobre consum responsable que vol fomentar la participació dels centres educatius, del seu professorat i alumnat, en activitats relacionades amb l'educació del consum, per sensibilitzar els escolars de la importància que els actes de consum es facin de manera conscient, crítica, solidària i responsable.

Per participar-hi, s'han de formar equips de 5 alumnes coordinats i representats per un professor o professora del seu centre educatiu.

Els nivells de participació són:

- cicle superior d'educació primària
- primer cicle d'educació secundària
- segon cicle d'educació secundària

Desenvolupament del concurs. La primera fase (autònoma) consta de dues parts:

- 1a. Proves de caràcter pedagògic i lúdic que cal resoldre dins d'un joc interactiu (web del concurs).
- 2a. La realització d'un treball en equip relacionat amb el consum responsable.

En la segona fase (estatal) participen els guanyadors del primer premi de cadascuna de les categories de la fase catalana, els quals optaran als premis d'aquesta fase competint amb la resta de guanyadors de les altres comunitats autònomes.

La Agencia Catalana del Consumo, juntamente con el Instituto Nacional del Consumo y los organismos de consumo de otras comunidades autónomas, organiza anualmente un concurso escolar sobre consumo responsable para fomentar la participación de los centros educativos, de su profesorado y de su alumnado, en actividades relacionadas con la educación del consumo, para sensibilizar a los escolares sobre la importancia de actuar en consumo de forma consciente, crítica, solidaria y responsable.

Para participar, se deben formar equipos de 5 alumnos, coordinados y representados por un profesor o profesora de su centro educativo.

Los niveles de participación son:

- ciclo superior de educación primaria
- primer ciclo de educación secundaria
- segundo ciclo de educación secundaria

Desarrollo del concurso. La primera fase consta de dos partes:

- 1ª. Pruebas de carácter pedagógico y lúdico que hay que resolver dentro de un juego interactivo (en el web del concurso).
- 2ª. La realización de un trabajo en equipo relacionado con el consumo responsable.

En la segunda fase (estatal) participan los ganadores del primer premio de cada una de las categorías de la fase catalana, que optarán a los premios de esta fase compitiendo con el resto de ganadores de las otras comunidades autónomas.

The Catalan Consumer Agency, together with the National Consumer Institute and consumer bodies of other Autonomous Communities in Spain, organizes an annual school competition on Responsible Consumption, to encourage the participation of schools, through teachers and students in activities related to consumer education and to raise awareness among students of the importance of making consumer acts in a conscious, critical, supportive and responsible manner.

In order to participate, teams of five students must be formed which are coordinated and represented by a teacher from their school.

The levels of participation are:

- upper primary (2nd cycle)
- lower secondary (1st cycle)
- higher secondary (2nd cycle)

Competition stages. The first stage (regional) involves two parts:

- 1st. Fun, educational games which are completed in an interactive game on the competition's website.
- 2nd. A team-based study related to responsible consumption.

The second stage involves the first prize winners of each category of the Catalan stage, which go on to compete for prizes in a Spain-wide context, competing against winners from other regions.

Recursos didàctics / Recursos didácticos / Educational resources



ens trobem... comprant? ¿nos encontramos... comprando? *shall we meet up... and go shopping?*

El Projecte Ens trobem... comprant? aposta per treballar en xarxa el fenomen de l'acte de compra mitjançant el treball d'aula, amb la participació de les famílies, el centre educatiu i l'administració; i dóna continuïtat als tallers que ofereix l'ECC a l'etapa escolar de cicle inicial d'educació primària. Per tant el pot fer l'alumnat que hagi participat en algun dels tallers que ofereix l'ECC.

El projecte consta de:

- **Un pòster** per a cada grup-classe, que reconeix el grup com a participant del projecte **Ens trobem**. Ofereix una breu presentació i una aproximació al fil conductor de la proposta, als personatges i les activitats proposades.
- **Una guia didàctica per al professorat** amb les orientacions necessàries.
- **Un material didàctic d'aula** amb activitats d'ensenyament-aprenentatge, que el professorat tindrà en format llibre.
- **Un material didàctic en família** que viatjarà entre l'escola i la família en forma d'anada i tornada. Un per a cada alumne i família.

La proposta compta en un **espai virtual** que facilita la presentació, el seguiment i la resolució de qüestions i dubtes del projecte. És necessària l'acreditació del tutor com a participant en el projecte mitjançant un nom d'usuari i una contrasenya que s'ha de demanar a l'ECC al correu aula.consum@gencat.cat.

El proyecto ¿Nos encontramos... comprando? apuesta para trabajar en red el fenómeno del acto de compra mediante el trabajo de aula, con la participación de las familias, el centro educativo y la administración y da continuidad a los talleres que ofrece la ECC en la etapa escolar de ciclo inicial de educación primaria. Por ello podrá hacerlo el alumnado que haya participado en alguno de los talleres que ofrece la ECC.

El proyecto consta de:

- **Un póster** para cada grupo-clase, que reconoce al grupo como participante en el proyecto **Nos encontramos**. Ofrece una breve presentación y una aproximación al hilo conductor de la propuesta, a los personajes y a las actividades propuestas.
- **Una guía didáctica para el profesorado** con las orientaciones necesarias.
- **Un material didáctico de aula**, con actividades de enseñanza-aprendizaje, que el profesorado tendrá en formato libro.
- **Un material didáctico en familia** que circulará entre la escuela y la familia en forma de ida y vuelta. Uno para cada alumno y familia.

La propuesta cuenta con un espacio virtual que facilita la presentación, el seguimiento y la resolución de cuestiones y dudas en torno al proyecto. Se necesita la acreditación del tutor como participante en el proyecto mediante un nombre de usuario y una contraseña que se debe solicitar a la ECC en el correo aula.consum@gencat.cat.

The project entitled Shall we meet up ... and go shopping? aims to be a commitment to work on the phenomenon of the act of buying through classroom work with the participation of families, school and administration. It is also a way of continuing the workshops offered by the ECC at the start of the primary education school year. To do this, it is necessary for students to have already done some of the workshops offered by the ECC.

The project is based on:

- **A poster** for each class group, which recognizes the group as a participant in the project **Shall we meet up?** It provides a short introduction and an outline of the topic, characters and the activities proposed.
- **A teaching guide for teachers** with the guidelines to do the activity.
- **Classroom teaching materials**, with the activities. The teachers are given the materials in book form.
- **Teaching materials for families** which are sent between the school and family and back again. This material is personalised for each student and his/her family.

The proposal is accompanied by a virtual space which facilitates the presentation, tracking and resolution of issues and queries around the project. It is necessary to receive the accreditation from a tutor as a participant of the project, by means of a user name and password which is requested from the ECC at: aula.consum@gencat.cat.

Recursos didàctics / Recursos didácticos / Educational resources



xerrades per a les ampa charlas para las ampa talks for parents' associations

Dirigides a les associacions de mares i pares (AMPA) de centres d'educació infantil, educació primària i educació secundària, de tot el territori català.

Si l'AMPA que sol·licita la xerrada es troba fora de l'àrea d'influència de la seu central de l'ECC a Barcelona, haurà d'adequar la seva sol·licitud a les dates disponibles de la seu territorial de l'ECC que estigui més a prop de la seva població.

L'oferta consta de quatre xerrades:

Ho comprem?

Es parteix del consum quotidià: des del diàleg i el debat s'exploren vies per orientar l'educació del consum dels infants i els joves.

Jugar o consumir jocs?

Es parteix d'un fenomen de consum com les joguines, i des del debat s'exploren vies per orientar l'educació del consum dels nostres fills.

Històries o anuncis?

Es parteix d'un fenomen de consum quotidià com la publicitat i els mitjans de comunicació, i des del debat s'exploren vies per orientar l'educació del consum dels nostres fills.

Ens familiaritzem amb la publicitat?

Es realitza "en família". A partir de la publicitat, es presenta una dinàmica d'interacció entre pares, mares i fills en que s'exploren conjuntament eines per un consum crític, reflexiu i actiu en família, sobre com conviure amb els mitjans de comunicació i la publicitat.

Dirigidas a las asociaciones de madres y padres (AMPA) de centros de educación infantil, educación primaria y educación secundaria, de todo el territorio catalán.

Si la AMPA que solicita la charla se encuentra fuera de la área de influencia de la sede central de la ECC en Barcelona, deberá adecuar su solicitud a las fechas disponibles de la sede territorial de la ECC que esté más cerca de su población.

La oferta consta de cuatro charlas:

¿Lo compramos?

Se parte del consumo cotidiano: desde el diálogo y el debate se exploran vías para orientar la educación del consumo de los niños y niñas y de los jóvenes.

¿Jugar o consumir juegos?

Se parte de un fenómeno de consumo como los juguetes, y desde el debate se exploran vías para orientar la educación del consumo de nuestros hijos.

¿Historias o anuncios?

Se parte de un fenómeno de consumo cotidiano, como la publicidad y los medios de comunicación, y a partir del debate se exploran vías para orientar la educación del consumo de nuestros hijos.

¿Nos familiarizamos con la publicidad?

Se realizan "en familia". A partir de la publicidad, se presenta una dinámica de interacción entre padres, madres e hijos en la que se exploran conjuntamente herramientas para un consumo crítico, reflexivo y activo en familia, sobre cómo convivir con los medios de comunicación y con la publicidad.

The talks are aimed at the Parents' Associations (AMPA) of Infant, Primary and Secondary Schools, throughout Catalonia, who request them.

If the Parents' Association which requests the talk is outside the catchment area of the headquarters of the Catalan Consumer School in Barcelona, the request must be made to the territorial office of the Catalan School of Consumer which is closest to where you live.

The offer consists of four talks:

Should I buy it?

This talk begins with daily consumption: dialogue and discussion are used to explore ways to target the consumer education of children and youth.

Play or consume toys?

These talks look at the consumer phenomenon of toys, and through the discussion, explore ways to guide the consumer education of our children.

Stories or adverts?

These talks look at the phenomenon of daily consumption of advertising and media, and through the discussion, explores ways to guide the consumer education of our children.

Are we familiar with advertising?

This is a "family" activity. By looking at advertising, a dynamic interaction is offered between parents and children, where the participants together explores tools to study the critical, reflective and active consumption in the family, and about living with the media and advertising .

Recursos didàctics / Recursos didácticos / Educational resources



Destinatari: professorat, equips educatius d'àmbits no formals, etc
Seminari orientat a reflexionar entorn de l'educació del consum com a eix transversal, i d'algunes eines per introduir-lo en el currículum. Es fa una visita a l'Escola del Consum i una posada en pràctica de tallers.

seminaris per a professionals del món educatiu
seminarios para profesionales del mundo educativo
seminars for professionals in the education world

Destinatarios: profesorado, equipos educativos de ámbitos no formales, etc.
Seminarios orientados a reflexionar en torno a la educación del consumo como eje transversal, y algunas herramientas para introducir este tema en el currículum. Se lleva a cabo una visita a la Escuela del Consumo y una práctica de talleres.

*Target audience: teachers, educational teams in non-formal situations, etc.
The seminars are designed to reflect consumer education as a cross-subject and the availability of tools to implement it in the curriculum. A visit is made to the Consumer School and workshops are organised.*



treball de recerca sobre educació del consumidor
trabajo de investigación sobre educación del consumidor
research work on consumer education

Per als alumnes de batxillerat que vulguin fer el seu treball de recerca sobre l'educació del consumidor, l'Escola del Consum de Catalunya posa a la seva disposició dues modalitats:

- Estada a l'empresa
- Assessorament

Para los alumnos de bachillerato que deseen hacer su trabajo de investigación sobre educación del consumidor, la Escuela del Consumo de Cataluña pone a su disposición dos modalidades:

- Estancia en la empresa
- Asesoramiento

For high school students wishing to do their research on consumer education, the Catalan School Consumer provides two modes:

- *Company internships*
- *Advice*



participació en actes diversos (fires, festes del consum...)
participación en actos diversos (ferias, fiestas del consumo...)
participation in different events (fairs, consumer festivals...)

L'Escola ofereix els seus recursos per participar en actes festius que abordin l'educació del consum.

La Escuela ofrece sus recursos para participar en actos festivos que aborden la educación del consumo.

The school offers its resources to participate in festivals and events that deal with consumer education.