

MÒDUL 4.

Consumir amb responsabilitat



Itinerari educatiu d'Economia Social
i Finances Ètiques

Índex

• Presentació	3
• Objectius d'aprenentatge	3
• Relació curricular	4

MARC CONCEPTUAL

• El consum conscient.....	6
• La importància de prendre decisions	6
• Com prenem decisions.....	7
• Criteris a l'hora de comprar	7
• On trobar alternatives	11
• Comerç just	12

PROPOSTES EDUCATIVES

• Plantejament de les sessions.....	14
• Activitat introductòria.....	15
- Activitat 1: triem la xocolata?.....	15
- Activitat 2. Puc triar? Els criteris de consum	16
• Sessió 1: Introducció i exploració.....	17
- Activitat 1: PRIMERA PART. Què en sabem d'allò que consumim?.....	17
- Fitxa 1/ Informació embolcall de xocolata	18
- Fitxa 2/ Document d'anàlisi de productes i serveis	19
• Sessió 2: Ampliació i consolidació	27
- Activitat 2- SEGONA PART. Busquem alternatives?.....	27
• ANNEX: Enllaços per a la documentació.....	28
• RECURSOS COMPLEMENTARIS	29

Presentació

En aquest mòdul reflexionarem sobre quins són els criteris que tenim alhora de consumir, a qüestionar-nos les necessitats reals alhora de consumir i adonar-nos quines són les implicacions del consum actual. D'altra banda, veure alternatives responsables relacionades amb el consum de proximitat, saludable, sostenible i de justícia social.

Objectius d'aprenentatge

- » Mobilitzar els coneixements previs de l'alumnat sobre el consum responsable i el comerç just.
- » Introduir els criteris de sostenibilitat en referència al consum.
- » Reflexionar sobre les implicacions que tenen les nostres decisions de consum



Relació curricular

Àmbit	Competències	Continguts clau	Criteris d'avaluació
Àmbit social	<p>Competència 3. Interpretar que el present és producte del passat, per comprendre que el futur és fruit de les decisions i accions actuals.</p> <p>Competència 5. Explicar les interrelacions entre els elements de l'espai geogràfic, per gestionar les activitats humanes en el territori amb criteris de sostenibilitat.</p> <p>Competència 11. Formar-se un criteri propi sobre problemes socials rellevants per desenvolupar un pensament crític.</p> <p>Competència 12. Participar activament i de manera compromesa en projectes per exercir drets, deures i responsabilitats propis d'una societat democràtica.</p> <p>Competència 13. Pronunciar-se i comprometre's en la defensa de la justícia, la llibertat i la igualtat entre homes i dones.</p>	<p>L'economia i els sistemes econòmics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les necessitats humanes i l'escassetat. <p>L'empresa i la funció de producció</p> <ul style="list-style-type: none"> • El desenvolupament sostenible. <p>Interacció entre els grups humans i el medi. Activitats econòmiques i el seu impacte mediambiental. Matèries primeres i fonts d'energia.</p> <p>Situacions de desigualtat, injustícia i discriminació. Justícia social, solidaritat i equitat. Estereotips i prejudicis.</p> <p>Desenvolupament humà sostenible. Ús responsable, racional, solidari i democràtic dels recursos. Consum responsable.</p> <p>Estratègies comunicatives en situacions d'interacció oral, exposició, comunicació de resultats i debats.</p>	<p>Dimensió geogràfica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analitzar, per mitjà dels indicadors socioeconòmics, els desequilibris en la distribució dels recursos, explicant possibles causes i conseqüències i cercant propostes alternatives a la desigualtat i de suport al desenvolupament sostenible. - Analitzar i interpretar la interacció que es produeix entre l'entorn i l'activitat humana, per percebre els canvis socioambientals com a resultat de la utilització del medi i els seus recursos per part de les societats. <p>Dimensió ciutadana</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participar en debats, exposant opinions raonades sobre canvis i continuïtats que afectin aspectes de l'actualitat, aportant argumentacions basades en les ciències socials, respectant les opinions dels altres i cercant l'obtenció i comunicació de conclusions comunes.

Àmbit	Competències	Continguts clau	Criteris d'avaluació
Àmbit de cultura i valors	Competència 9. Analitzar críticament l'entorn (natural, científicotecnològic, social, polític, cultural) des de la perspectiva ètica, individualment i de manera col·lectiva.	Els criteris morals i la seva fonamentació: cura, justícia, compassió, reciprocitat, imparcialitat... Les normes i els criteris del treball en grup i en equip. Valors i actituds a partir d'un sistema democràtic: solidaritat, bé comú, compromís, diàleg. Àmbits de cooperació i participació: voluntariat, ONG, centres d'assistència comunitària.	Fer ús de l'argumentació i la reflexió en l'anàlisi de situacions tant reals, quotidianes o llunyanes, com hipotètiques o fictícies. Mostrar la comprensió dels continguts de la matèria tot establint comparacions de posicions contra posades, anàlisis crítiques de les diferents posicions i defensant, si fos diferent, la pròpia posició de manera argumentada.
Competències transversals Àmbit personal i social	Competència 4. Participar a l'aula, al centre i a l'entorn de manera reflexiva i responsable.	Habilitats i actituds per a la participació: comunicació, empatia, assertivitat, respecte... Espais de participació: Entorn: aprenentatge-servei, servei comunitari, plans educatius d'entorn, pla educatiu de ciutat, consell escolar (de districte, de ciutat, de Catalunya), consell de joves i adolescents (de barri, de ciutat, de Catalunya), projectes comunitaris (al barri, a la ciutat, etc.), Pla català d'esport a l'escola, entitats de lleure educatiu, xarxes d'escoles, voluntariat, etc.	Participar de forma positiva Aportar idees en benefici de la convivència Defensar el propi posicionament respectant el dels altres
Àmbit matemàtic	Competència 6. Emprar el raonament matemàtic en entorns no matemàtics	Patrons, relacions i funcions Sentit de l'estadística. Sentit i mesura de la probabilitat.	Dimensió raonament i prova Emprar el raonament matemàtic en altres disciplines i en la vida quotidiana de manera autònoma, reflexiva i crítica.

Marc conceptual

El consum conscient

El consum conscient és una proposta que ens apel·la —com a persones, com a col·lectius i com a societat— a adoptar hàbits de consum i estils de vida que ens ajudin a millorar, aquí i ara, tant la nostra salut i qualitat de vida com la del nostre entorn (socioeconòmic, ambiental, cultural). Un objectiu paral·lel és contribuir, socialitzant i assajant nous valors i pràctiques, al procés de fons de repensar i transformar l'economia i la societat cap a formes de vida més satisfactòries, justes i sostenibles. A vegades, podem sentir altres termes: consum responsable, sostenible, ètic, ecològic, crític, transformador... Els diferents cognoms amb els quals es pot anomenar aquesta “nova cultura del consum” simplement posen èmfasi en algun dels diferents “ingredients del pastís”. Com que parlem de consum, val la pena recordar el concepte de “bon viure”, que està reconegut internacionalment i incorporat en constitucions com les de Bolívia o l'Equador, i defensa un model d'èxit compatible amb la resta d'habitants i cultures del planeta com a alternativa al consumisme, que qüestiona com la millor porta d'entrada a la felicitat. En la mateixa línia, propostes com la “simplicitat voluntària” i el “moviment slow” (Slow Food, Slow Fashion), i lemes com “consumir menys, viure millor”, ens criden a viure els nostres canvis d'hàbits no com una renúncia, sinó com un alliberament.

» **Consumir menys, consumir sense comprar, comprar amb criteri**

La importància de prendre decisions

“Cada acte de consum és un gest de dimensió planetària, que pot transformar el consumidor en un còmplice d'accions inhumanes i ecològiques perjudicials”, escriu el filòsof brasiler Euclides André Mance. No és cap novetat que la publicitat ens bombardeja constantment. A les pantalles, als carrers, en qualsevol espai públic o privat, arriba invasiva a prometre'ns que si comprem això o allò serem més guapos, més reeixits, més elegants. De la mateixa manera, cada acte de consum pot ser una forma d'activisme que ens porti cap a un món més just, més humà, i també que, en lloc de alienar, ens ajudi a desenvolupar les nostres capacitats. Es tracta, doncs, de consumir críticament, i també de consumir amb criteri; és a dir, comprar el que necessitem i no el que la publicitat ens diu que desitgem.

Necessitem consumir, però no estem obligats a fer-ho de la manera que la televisió i les empreses transnacionals ens diuen que fem. Entendre'ns com a subjectes lliures, i entendre el món en què vivim com una realitat històrica i per tant modificable, és el primer pas per canviar el món. Si un altre consum és possible, una altra economia és possible, i un altre món és possible.

Enllaç: [Carro de combate, «El consumo crítico como acción política».](#)

Com prenem les decisions

La majoria de les nostres decisions són ràpides. De fet, segons la Universitat de Harvard, ni més ni menys que el 95% de les nostres decisions es prenen de manera inconscient. Moltes vegades passa que creiem estar donant-li voltes i voltes al que volem fer quan en el fons ja ho tenim clar ... Les decisions són una barreja d'emoció i raó. La majoria de les nostres decisions són irracionals i impulsives. Entre d'altres motius, processar els pros i contres de cada acció de manera racional ens suposaria un gran despesa de temps i energia. Però això no vol dir que la raó no tingui un paper essencial. I és que després de prendre la nostra decisió emocional, la racionalitzem per convèncer-nos a nosaltres mateixos que és la millor opció. A l'hora de prendre una decisió de compra, els consumidors no són perfectament equànimes. Al contrari, en la programació dels nostres cervells hi ha una sèrie de biaixos o condicions prèvies que afecten la manera en què prenem decisions. Per exemple, la preferència per la immediatesa i la por a la pèrdua. La primera ens porta a escollir l'opció amb resultats més ràpids, encara que no sigui l'òptima, només per "treure'ns el problema de sobre". La segona fa que les pèrdues, possibles o reals, ens afecten més que els guanys. Per exemple, si perdem deu euros un dia i ens vam trobar vint al següent, l'impacte del primer succés serà superior.

Es tracta, doncs, de consumir críticament, i també de consumir amb criteri; és a dir, comprar el que necessitem

Enllaç: [Laia Cardona, «Có mo toman la decisión de compra los consumidores »](#)

Criteris a l'hora de comprar

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) i el Foro NESI de Nova Economia i Innovació Social va publicar el febrer de 2019 l'informe «Un altre consum per un futur millor» que revisa els hàbits de consum sostenible a territori de l'estat espanyol.

L'estudi es va fer a partir d'una enquesta a vora 1.300 persones consumidores i usuàries de serveis. Segons els resultats, el 73% ja pren decisions de consum motivades per qüestions ètiques i ecològiques. El 62% considera que el seu consum és una eina de transformació a escala global i local. El 57% se senten identificades amb els missatges de les alternatives econòmiques, fins i tot quan no coneixen ben bé aquests sectors en creixement.

Alhora, s'estan recuperant o posant en marxa pràctiques de consum sostenible. Per exemple, reparar abans de llençar i/o comprar un producte nou; comprar o consumir a establiments de proximitat; mirar on ha estat produïda la roba que s'utilitza; optar per finances ètiques i banca responsable, incloent les assegurances sostenibles; practicar el reciclatge; estalviar el consum d'aigua; preocupar-se pel benestar animal; escollir productes menys processats; plantejar-se alternatives de transport menys privatives, etc.

Però malgrat que de l'informe es pot desprendre que el consum responsable ja no té marxa enrere, el camí per fer-lo universal és llarg i costerut. Hi ha diverses barreres detectades que compliquen el consum conscient en el dia a dia. En especial, l'informe en destaca aquestes:

- la manca d'informació
- el preu dels productes o serveis
- l'accessibilitat
- la dificultat per trobar empreses responsables

Però què comprem, quins productes adquirim, és només un fragment del mapa complet. Posar el focus en els estils de vida i els hàbits de consum són més rellevants que les decisions de compra. Per exemple, interioritzar i promoure la reducció del malbaratament alimentari o evitar productes envasats amb plàstics excessius són hàbits que es poden aplicar en la quotidianitat i que generen canvis a llarg termini. Quelcom que està prenent més volada són temes com el benestar animal; el repartiment equitatiu de les tasques domèstiques i reproductives entre totes les persones que conviuen a les llars; la protecció de la natura; i l'abandonament de consum cultural que trenqui amb valors ètics.

En resum, les persones consumidores que aposten per la sostenibilitat acostumen a ser cíviqes, curioses, que donen molta importància al fet col·lectiu per davant del fet individual, que tendeixen a buscar la col·laboració amb les altres persones i se senten corresponsables de les seves accions.

Enllaç: « Un altre consum per un futur millor », Arç cooperativa (febrer 2019).

Idees pràctiques

Ser conscients de l'impacte de les nostres decisions.

Fer-ho ens permet prendre decisions en coherència amb la nostra manera de pensar.

Consumir menys per viure més bé.

Una vida plena i saludable, amb espai per cuidar i cuidar-nos i per compartir temps amb qui estimem és un estil de vida senzill que no requereix massa recursos materials.

- » Qüestionar-nos necessitats: el millor consum no sol passar per l'última tecnologia, sinó per idees senzilles com ara demanar-nos si necessitem tanta roba, gaudir de les vacances viatjant més a prop, tancar l'ordinador quan no el fem servir...
- » Reutilitzar, compartir, llogar... Biblioteques, transport públic, roba de segona mà, draps i mocadors de roba, comprar portant les nostres bosses i carmanyoles...
- » Cuidar i reparar els objectes: tractar bé els mobles perquè durin, arreglar un descosit...
- » Millor qualitat que quantitat: els productes barats poden sortir cars si són menys duradors, no són reparables o no hi ha recanvis. I els aparells o les cases més eficients costen més, però a la llarga estalviem i guanyem confort.

Consumir millor.

Optar pels productes, els serveis i les empreses més compromeses amb l'ocupació de qualitat i la integració de col·lectius vulnerables, les cultures locals, la salut, la transparència, la sostenibilitat ambiental...

- » Economia solidària i resta "d'economies transformadores": cooperatives, banca ètica, projectes d'inserció sociolaboral, comerç just...
- » Petites i mitjanes empreses: afavoreixen una millor distribució de la renda i una economia més arrelada al territori, al contrari que les multinacionals, que acumulen poder i riquesa i influeixen perquè les regles del joc beneficiïn el peix gran.
- » Compromís amb la cultura local i/o cooperativa: ús de les llengües locals, foment de les tradicions, valors cooperatius (el cas negatiu més paradigmàtic són les joguines bèl·liques i/o sexistes).
- » Productes i matèries primeres d'origen proper: estalviem despeses innecessàries en transport (energia, infraestructures, vehicles) i conservació (refrigeració,

envasos, conservants) i, a més, la nostra capacitat d'influència sobre les empreses locals és més gran.

- » Productes i matèries primeres saludables i sostenibles: de producció ecològica, origen renovable o reciclat, biodegradables o fàcilment reciclables....
- » Productes a granel o menys envasats.

Extret de l'article "Les FAQ (preguntes freqüents) del consum conscient i transformador", publicat al núm. 48 de la revista Opcions (tardor de 2014).

Consumir amb criteri.

La Xarxa d'Economia Solidària (XES) considera que parlem de consum responsable quan es compleixen almenys vuit de les condicions:

1. Proximitat: recórrer a l'entorn pròxim per potenciar la sostenibilitat i el teixit econòmic local.
2. Comerç just: garantir l'equitat entre els agents evitant els abusos de monopolistes o intermediaris.
3. Transparència: tota la informació a l'abast del consumidor perquè pugui valorar la dimensió ètica.
4. Integració social: limitar la competitivitat del mercat laboral per fer lloc a persones amb discapacitat.
5. Intercooperació: més relació amb la producció cooperativa i l'estalvi ètic en el marc del mercat social.
6. Participació en xarxes: presència en xarxes locals, nacionals o internacionals per incidir més en la societat.
7. Finances ètiques: banca ètica, cooperatives de crèdit, intercanvi o moneda social, algunes de les opcions.
8. Ecologia i sostenibilitat: reduir l'impacte ambiental de l'activitat econòmica en un món que no és infinit.
9. Gestió de residus: reduir, reciclar i reutilitzar per minimitzar els residus que s'aboquen al planeta.
10. Eficiència energètica: de petites mesures d'estalvi a l'autoproducció o la participació en cooperatives d'energia.
11. Forquilla salarial: evitar els grans desequilibris de sou i repartir tasques als voluntaris amb igualtat.

12. Carrera professional: posar les persones al centre i afavorir així la millora social, la formació o la conciliació.
13. Equitat de gènere: evitar que les jerarquies de gènere es naturalitzin en l'àmbit econòmic.
14. Democràcia interna: facilitar la presa de decisions com més horitzontal millor i la participació en la propietat.
15. 15. Programari lliure: afavorir l'ús d'alternatives en l'aplicació d'eines tecnològiques i de comunicació.

Una vida plena i saludable, amb espai per cuidar i cuidar-nos i per compartir temps amb qui estímem és un estil de vida senzill que no requereix massa recursos materials.

On trobar alternatives

- » **Pam a Pam.** Mapa de punts de consum responsable i economia solidària de Catalunya.
- » **Directori del Mercat Social de la Xarxa d'Economia Solidària (XES).** Els mercats socials són xarxes de producció, distribució, consum i finançament vinculades a territoris concrets. L'objectiu és que les consumidores, empreses i entitats com la nostra cobreixin cada vegada una major part de les seves necessitats a dins de la xarxa, i depenguin cada vegada menys del mercat capitalista.
- » **Mapa Barcelona + Sostenible.** Mapa col·laboratiu impulsat per entitats ambientals i que compta amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona. És una iniciativa oberta a la participació.
- » **Mapa de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya.** Mapa que conté informació d'interès de totes les cooperatives sòcies, permet fer cerques per tipologia de producte i zones geogràfiques, entre d'altres criteris.
- » **Millor Que Nou.** Directori de tallers de reparació i botigues i mercats de segona mà i intercanvi, a més del foment de l'autoreparació mitjançant cursos i espais oberts de treball amb suport professional.
- » **Altres directoris de recursos:** Xarxa Comerç Verd (Xarxa Catalana de Comerços Respectuosos amb el Medi Ambient); llista de cooperatives de la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya; guies locals com slowBCN, i diversos reculls d'organitzacions que fan inserció sociolaboral de col·lectius vulnerables com els de CompraSocial, Dincat o la Xarxa d'Economia Social de Barcelona.
- » **MésOpcions.** Cooperativa que facilita l'accés a les seves sòcies de productes i

serveis de les principals cooperatives d'economia solidària del país.

- » **Al núm. 44 de la revista Opcions** (tardor de 2013), podem trobar un recull d'iniciatives comunitàries com horts, xarxes d'intercanvi i bancs del temps, eines digitals per a l'intercanvi, intercanvi d'habitatges per a vacances, grups de criança i escoles autogestionades...

Comerç just

A molts dels països del Sud els ingressos de milions de famílies depenen de l'exportació de matèries primeres (cotó, cafè, cacau, te...). Els salaris d'aquestes famílies depenen d'empreses transnacionals que controlen el comerç mundial i en marquen els preus -basant-se amb criteris econòmics i no socials-. Per a minimitzar els costos de producció i facilitar l'exportació de matèries primeres es duen a terme pràctiques que marginen famílies camperoles i petits productors/es, exploten laboralment la població, tenen un impacte ambiental negatiu (esgotament de recursos, contaminació i pèrdua de la diversitat biològica).

Per denunciar i posar fre a aquest tipus de pràctiques, el Comerç Just proposa una relació comercial diferent, justa per a totes les parts que entren en joc quan es produeix un intercanvi. Té en compte valors ètics i ambientals, enfront dels criteris exclusivament econòmics i permet assolir als països del Sud el seu desenvolupament social i econòmic.

Principis del comerç just

- » Creació d'oportunitats per a productores en desavantatge econòmic.
- » Retribució digna pel treball.
- » Transparència en les relacions comercials i rendició de comptes.
- » Desenvolupament de capacitats per a una independència del productor/a.
- » Eradicació de l'explotació infantil.
- » Beneficis socials per a les comunitats productores.
- » Respecte del medi ambient.
- » Equitat de gènere: es dona valor i es recompensa el treball de la dona.

El moviment de Comerç Just pretén corregir les desigualtats existents en les relacions comercials internacionals i promoure alternatives de consum més respectuoses, basades

en la participació de persones i comunitats, en l'apoderament, la transparència, les qüestions de gènere i la sostenibilitat ecològica.

Les dones i el comerç just

Tot i els progressos en la lluita vers la igualtat de gènere, les dones són les principals responsables de les feines reproductives no remunerades (treball domèstic, de cures, etc.), i segueixen tenint menys representació en el mercat laboral. Treballen en sectors i ocupacions precaritzats amb salaris més baixos i condicions laborals menys estables. A Catalunya la bretxa salarial suposa una mitjana d'ingressos de 5.500€ menys a l'any.

La bretxa salarial de gènere a nivell mundial és del 23% i 330 milions de dones i nenes viuen en condicions d'extrema pobresa.

El comerç internacional no està exempt de les desigualtats i les injustícies vers les dones sinó que les fomenta i les consolida. Les dones tenen una presència important en les baules més baixes de les cadenes de subministrament global, des del tèxtil fins a l'electrònica i, per tant, pateixen directament les vulneracions sistemàtiques dels drets de les persones treballadores que s'hi produeixen: salaris que no permeten una vida digna, jornades laborals excessives i en moltes ocasions hores extres obligatòries, entorns de treball perillosos amb exposició a productes tòxics, assetjament o violència.

Per saber-ne més

Consulta l'annex "Bibliografia, enllaços i recursos de referència" de l'itinerari Educatiu d'Economia Social i Finances Ètiques per aprofundir en els continguts d'aquest mòdul i descobrir altres recursos educatius inspiradors.

PROPOSTES EDUCATIVES

Plantejament de les sessions

Es proposa desenvolupar les activitats i continguts d'aquest mòdul en dues sessions:

Sessió	Plantejament	Temporalització
1. Activitat introductòria	Realització de les activitats amb el professorat. Es tracta d'una activitat opcional	45 minuts
2. Introducció i exploració	Realització de les activitats amb el professorat	1 hora
3. Ampliació i consolidació	Dinamització amb un/a formador/a extern	1 hora



Activitat introductòria (opcional)

Activitat 1: Com triem la xocolata?

Temporalització orientativa: 45 minuts

Enunciat i explicació de la dinàmica

Tal i com van entrant els alumnes a l'aula se'ls convida a agafar un tros de xocolata, hi ha 4 tipus diferents de xocolata. La idea és que ho facin tranquil·lament mentre van arribant.

Un cop tothom ha triat el docent fa una pregunta:

Per quin motiu heu triat la xocolata que heu menjat?

Individualment l'alumnat pensa i escriu quin ha estat el motiu. Tot seguit es posa en comú i el docent ho va anotant a la pissarra.

Per exemple, poden aparèixer els següents motius:

- » Marca
- » Comerç just
- » Producte ecològic
- » Preu
- » Gustos
- » Salut

Un cop tots anotats, es comenta que aquest són els criteris que nosaltres tenim alhora de consumir i es pregunta de quina manera podem obtenir la informació que ens farà que triem un o altre producte.

Es divideix el grup en quatre i se'ls dona un dels embolcalls de la xocolata a cada grup amb l'objectiu que puguin buscar la informació que conté i una pauta de preguntes a intentar resoldre:

- » Quina informació trobeu relacionada amb modes o tendències?
- » Quina informació trobeu d'aspectes relacionats amb la salut?
- » Quina informació trobeu relacionada amb aspectes ambientals?
- » On s'ha manufacturat?
- » D'on prové la matèria primera per produir-ho?
- » Quina informació trobeu relacionada amb les condicions laborals de les persones que han intervingut en l'elaboració d'aquest producte?

No cal trobar tota la informació, ens adonarem que hi ha informació que és impossible conèixer només amb l'envolcall.

Reflexió: S'obre un debat sobre cadascun d'aquests criteris, com podem obtenir la informació i què comporten més enllà d'aquesta informació. I si és fàcil o possible obtenir tota la informació que necessitaríem per decidir-nos.

Visualització del curt "El ultimátum evolutivo" (veure apartat de recursos complementaris)

La visualització ens permet introduir com el consum de bens i serveis que anem fent durant un dia qualsevol. L'objectiu del curt és motivar l'alumnat a iniciar la segona part de l'activitat.

Materials necessaris

- » Xocolates de diverses marques que incloguin una ecològica i una de marca blanca.
- » Fitxa 1/ Informació embolcall de xocolata

Activitat 2: Puc triar? Els criteris de consum

L'activitat és divideix en dues parts, una primera de cerca d'informació sobre determinats productes i serveis que usen els nois i noies i una segona d'anàlisi i reflexió a partir de la informació obtinguda. La primera part la farà el docent a l'aula sense necessitat del suport del formador de l'ESS ja que es tracta de seguir una pauta de preguntes i cercar la informació requerida.

SESSIÓ 1: Introducció i exploració

PRIMERA PART- Què en sabem d'allò que consumim?

Temporalització orientativa: 60 minuts

Enunciat i explicació de la dinàmica

El docent proposa un llistat de productes i serveis d'ús quotidià.

Es fan grups de tres persones. Cada grup tria un producte o un servei de la llista que es troba a l'annex (Productes: Roba, mòbils, serveis de mobilitat, productes d'alimentació, comunicacions (internet)). A l'annex s'adjunten certs enllaços on es troba informació rellevant sobre l'anàlisi feta d'aquests productes i serveis.

Un cop cada grup ha triat producte o servei, es reparteixen els fulls de preguntes i se'ls facilita l'enllaç o l'article que en parli. En el full hi ha preguntes referents a productes convencionals en la cara A, i als productes alternatius en la cara B. Han d'intentar anar responnent ambdues cares a mida que avancen en la recerca d'informació, ja que sovint aquesta es troba contraposada en un mateix paràgraf. És possible que en els articles facilitats no aparegui tota la informació que es demana. En aquest cas poden recórrer a Internet o, en cas de no trobar la informació demanada, anotar el que creguin.


Amb tota la informació es poden construir dues grans etiquetes una per a la informació dels productes i serveis convencionals i una per als productes alternatius o de l'ESS.

Materials necessaris


- » Fitxa 2/ Document d'anàlisi de productes i serveis
- » Annex amb enllaços a informació de productes i serveis

Fitxa 1: Informació embolcall de xocolata


1. Quina informació trobeu relacionada amb modes o tendències?




2. Quina informació trobeu d'aspectes relacionats amb la salut?




3. Quina informació trobeu relacionada amb aspectes ambientals?




4. On s'ha manufacturat?



5. D'on prové la matèria primera per produir-ho?



6. Quina informació trobeu relacionada amb les condicions laborals de les persones que han intervingut en l'elaboració d'aquest producte?



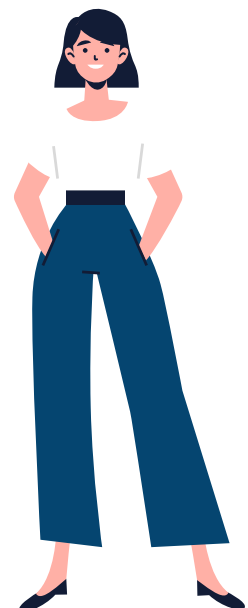
Fitxa 2: Document d'anàlisi de productes i serveis

Full de preguntes sobre productes

Per respondre aquestes preguntes s'han de consultar els enllaços facilitats en l'annex. En cas de no trobar alguna resposta, han de fer recerca a Internet o en última instància anotar el que creguin.

CARA A: Productes convencionals

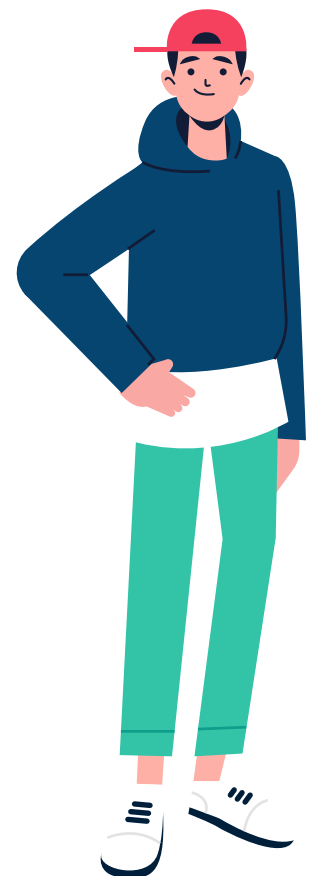
- a. Quin producte has triat?
- b. Quina marca fas servir habitualment?
- c. On es fabrica majoritàriament?
- d. El producte que has triat té ingredients perjudicials per a l'entorn o per a la salut? Quins?
- e. Quins impactes ambientals té la fabricació d'aquest producte o l'obtenció de les seves matèries primeres?
- f. Existeix alguna legislació que reguli l'ús d'aquests ingredients? Creus que és suficient?
- g. Tens coneixement de les circumstàncies (sou, jornada, seguretat social, edat) de treball dels fabricants d'aquest producte?



Pregunta	Respostes
a	
b	
c	
d	
e	
f	
g	

CARA B: Productes de l'ESS

- a. Quin producte has triat?
- b. Quines marques existeixen?
- c. On es fabrica majoritàriament?
- d. Quins components alternatius als perjudicials per a l'entorn o per a la salut presenta el producte que has triat?
- e. Té els mateixos impactes ambientals la fabricació d'aquest producte o l'obtenció de les seves matèries primeres que en el cas dels productes convencionals? en cas que no, en què canvia?
- f. Existeix alguna legislació que reguli l'ús d'aquests ingredients? Creus que és suficient?
- g. Tens coneixement de les circumstàncies (sou, jornada, seguretat social, edat) de treball de les persones que han fabricat aquest producte?
- h. On pots trobar aquests productes en el teu districte? (Per respondre durant la amb l'ajut del mapa Pam a Pam i Mapa Barcelona + Sostenible).



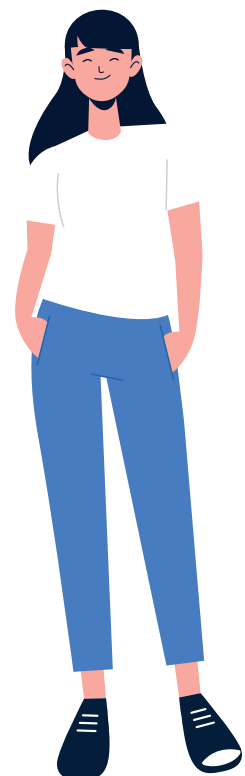
Pregunta	Respostes
a	
b	
c	
d	
e	
f	
g	
h	

*full de preguntes sobre serveis

Per respondre aquestes preguntes s'han de consultar els enllaços facilitats en l'annex. En cas de no trobar alguna resposta, han de fer recerca a internet o en última instància anotar el que creguin.

CARA A: Serveis convencionals

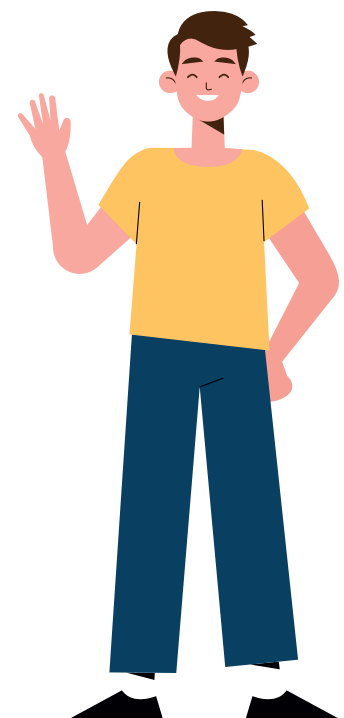
- a. Quin servei has triat?
- b. Quina marques/empreses coneixes que ofereixin aquest servei?
- c. On pots trobar qui t'ofereixi aquest servei?
- d. En el servei que has triat, s'hi duen a terme accions que perjudiquin a l'entorn o a la salut? Quins?
- e. Quin impacte social té el servei?(desigualtats social, accessibilitat...)
- f. Existeix alguna legislació que reguli l'ús d'aquestes pràctiques? Creus que és suficient?
- g. Tens coneixement de les circumstàncies (sou, jornada, seguretat social, edat) de treball dels qui t'ofereixen aquest servei?



Pregunta	Respostes
a	
b	
c	
d	
e	
f	
g	

CARA B: Serveis de l'ESS

- b.** Quines marques/empreses coneixes que ofereixin aquest servei?
- c.** On pots trobar qui t'ofereixi aquest servei?
- d.** En el servei que has triat, s'hi duen a terme accions que perjudiquin a l'entorn o a la salut? Quins?
- e.** Quin impacte social té aquest servei? (desigualtats social, accessibilitat...)
- f.** Existeix alguna legislació que reguli l'ús d'aquestes pràctiques? Creus que és suficient?
- g.** Tens coneixement de les circumstàncies (sou, jornada, seguretat social, edat) de treball dels qui t'ofereixen aquest servei?
- h.** On pots anar per a recórrer a aquest servei des de l'alternativa que ofereix l'ESS?



Pregunta	Respostes
b	
c	
d	
e	
f	
g	
h	

SESSIÓ 2: Ampliació i consolidació

SEGONA PART- Busquem alternatives?

Temporalització orientativa: 60 minuts

Enunciat i explicació de la dinàmica

El formador proposa als nois i noies que quines són les dades més rellevants i/o què els han sorprès sobre de la cerca d'informació que han fet. Es fa una ronda per a que cada grup pugui exposar-ho a partir de les etiquetes creades per cada grup.

El formador a partir de diferents preguntes promou un debat que permeti reflexionar entorn les implicacions d'usar uns o altres productes i serveis a nivell social, econòmic i ambiental.

Per dinamitzar el debat pot usar un parell d'esquemes per anar estructurant les idees que van sorgint. Amb les conseqüències socials, econòmiques i ambientals de cada model (convencional/ESS), es tracta de recollir tan aspectes positius com negatius de cadascuna.

Un cop feta la posada en comú i reflexió es proposa cercar alternatives de l'ESS al territori proper al centre educatiu amb el suport del formador i l'ús del mapa del Pam a Pam o d'altres webs i eines.

Recerca d'alternatives de consum

Ara, amb l'ajut del mapa que Pam a Pam (i del Mapa Barcelona + Sostenible <http://bcnsostenible.cat/> si el centre educatiu és de Barcelona) han de descobrir quines alternatives de consum ofereix l'ESS en el seu municipi o comarca als productes o serveis que han treballat, i que per tant els permet cobrir aquelles accions quotidianes minimitzant l'impacte ambiental i prioritzant un impacte social positiu. L'última pregunta de la Cara B fa referència a aquest apartat.

Materials necessaris

- » Fitxa 2/ Document d'anàlisi de productes i servei

Annex

Productes i serveis: A continuació s'adjunta un seguit de enllaços on es poden trobar informació rellevant per a respondre el full de preguntes.

Productes:

Roba:

- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/39.pdf> (Pàgines 11+)

Telefonia:

- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/32.pdf> (pàgines 8 +)
- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/33.pdf> (pàgina 13 +)

Alimentació:

- » <https://opcions.org/ambits-de-consum/alimentacio/>

Sobre la carn:

- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/19.pdf> (pàgines 4 +)

Sobre el negoci del menjar:

- » <http://opcions.org/agrada/el-negocio-de-la-comida/>

Productes de les cooperatives agràries:

- » <https://www.cooperativesagraries.cat/ca/sectors.html>

Cosmètics:

- » <http://opcions.org/articulo/cremes-proteccio-solar/>
- » <http://opcions.org/articulo/qui-filtra-els-filtres/>

Pasta de dents:

- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/47-1.pdf> (pàgines 22+)
- » <http://opcions.org/wp-content/uploads/2017/06/9.pdf> (Pàgines 10+)

Serveis:

Tecnologia:

- » <https://opcions.org/ambits-de-consum/tecnologia/>

Mobilitat:

- » <https://opcions.org/ambits-de-consum/transport/>

Recursos complementaris

Aspectes generals:

El ultimátum evolutivo

Any: 2009

Durada: 10:23 minuts

País: Espanya

Guió i realització: Setem Comunitat Valenciana i Pablo Llorens.

Animació divertida que narra la història de dos personatges i es desenvolupa durant un dia a la vida de cadascú: l'Homo consumus i l'Homo responsabilus. El primer, té una actitud totalment irresponsable en la seva forma de consumir i amb el medi ambient, mentre que el segon representa l'exemple d'una persona que consumeix de manera responsable i respectuosa amb el planeta.

<https://www.youtube.com/watch?v=o-ttoYYQZZs>

Cafè:

Oro Negro

Any: 2007

Durada: 78 minuts

País: Regne Unit, EUA

Guió i direcció: Nick i Marc Francis

Documental sobre el cafè de Comerç Just rodat a Etiòpia que ens mostra les condicions de vida dels caficultors etiòps per una banda i l'especulació del cafè per una altra.

<https://www.youtube.com/watch?v=icuf04O3E7k&t=1020s>

Roba:

Curtmetratge 38

Any: Setem - EdPAC

Durada: 3: 49 minuts

El curt denuncia les conseqüències sobre la salut física i mental de les dones, tant dels països en vies de desenvolupament com de les societats desenvolupades, de la manera de treballar de bona part del sector textil. Campanya Roba Neta

<https://www.youtube.com/watch?v=d7aQInSH6cc>

Perdre el fil

Any: 2012

Durada: 27 minuts

País: Marroc, Espanya.

Guió i direcció: SETEM Catalunya – NetWorkWear.

Documental sobre la producció de roba de treball al Marroc. El reportatge explica les dificultats de traçar l'origen de la roba dels policies, bombers, jardiners, etc. De les administracions públiques europees i les condicions laborals de les persones que la confeccionen

<https://www.youtube.com/watch?v=tpRmZVbEs3w>

Productes electrònics:

Minas de Coltan

Any: 2016

Durada: 16:11 minuts

Atresmedia Televisión

https://www.youtube.com/watch?v=f2yHjO_2ivo

Material de suport per al docent:

Pàgines web a les entitats que treballarem:

***Pam a Pam**

<https://pamapam.org/ca/>

***Mapa Barcelona + Sostenible**

<http://www.bcn sostenible.cat/ca/web>

Impulsat per:



Economia Social
Catalunya



Confederació
de Cooperatives de
Catalunya



Generalitat
de Catalunya



economia
social

Amb el finançament de:

