

Inici de curs tranquil..., però la realitat és molt diversa

El curs *ja fa uns mesos que* ha començat, i sembla que aquest inici ha estat més tranquil que el dels darrers anys. Des del Departament s'han esmerçat a tenir tots els mestres al seu lloc abans del setembre; felicitem aquesta millora, però no oblidem que darrere aquesta pau s'amaguen moltes coses. Anem a veure'n una de molt significativa.

Com tots sabeu cada vegada a l'escola pública hi van més nens immigrants, a la ciutat de Barcelona un 80 % van a l'escola pública enfront de només el 20 % a l'escola concertada, totes dues sostingudes amb fons públics. Aquests nens i nenes són de més de 90 països diferents, molts d'ells acabats d'arribar i sense cap coneixement de la llengua i cultura del nostre país. Aquests alumnes van arribant sense parar, i no només a Barcelona. Cada setmana hi ha escoles que reben alumnes immigrants, n'hi ha que des de l'inici del curs han vist augmentar amb més de 20 alumnes el centre. Benvinguts siguin, però com es pot fer front a aquesta arribada sobtada? Els mestres, els equips directius, demanen més recursos i, en situacions com aquestes, és de justícia. No cal pensar-hi molt, però quina és la resposta de l'Administració? Feu-vos-ho com pugueu, com vulgueu, els mestres ja s'han repartit a l'estiu, no n'hi ha més. Però els nens i les nenes van arribant, cada cop més i més i més... Això no s'acaba i no hi ha mestres per fer-ne el suport.

Els programes i serveis educatius (Programa d'Educació Compensatòria, TAE, SEDEC, EAP, CRP...) que són els que han de donar suport a aquest procés d'acolliment i integració, no sols no augmenten, sinó que globalment disminueixen, van a la baixa, i a més s'han de compartir amb l'escola concertada que és la que menys alumnes acabats d'arribar acull.

Es miri com es miri, no veiem com es pot defensar aquesta rigidesa i falta de previsió des d'una Administració educativa. És que no hi ha mestres o professionals per fer la tasca? És un tema secundari dins les prioritats de la Conselleria? Per molt que hi pensem, no entenem res de res.

Esperem que des del Departament es comenci a actuar amb urgència i efectivitat, perquè els que esten a primera línia de foc ja no poden resistir molt més, cal que el Departament es plantegi un «Pla Estratègic Urgent», avalui les seves «competències bàsiques» i faci la seva «avaluació interna» en aquest camp tant important en la nostra realitat educativa per, finalment, donar-la a conèixer a tota la comunitat educativa.

2 Consum: educar ara

«Educar els ciutadans com a consumidors requereix un plantejament diferent del d'èpoques anteriors; cal un enfocament nou que, a més de donar-li eines de defensa, integri el desenvolupament d'una nova ètica, d'una nova forma de pensament i d'una nova forma d'actuació transformadora.»

Necessitat de l'educació del consumidor (EdC) en el món actual

**Rosa M. Pujol
Vilallonga**

Departament de Didàctica de la Matemàtica i les Ciències Experimentals.
Universitat Autònoma de Barcelona

La necessitat d'educar els individus com a consumidors sorgeix amb l'existència humana, i en cada etapa històrica els seus objectius, encara que sense dir-se de l'EdC, han estat diferents i estretament vinculats a les característiques socials, econòmiques i polítiques del moment. El progressiu distanciament que s'ha anat establint entre producció i consum ha comportat per al consumidor un allunyament de la percepció d'aquesta relació i una dificultat per comprendre el complex entramat que hi ha darrere seu i per poder identificar les variables que hi intervenen. Així, l'EdC, d'estar vinculada només al que passava en el domini del consum familiar diari, ha evolucionat cap a fomentar una educació que capacites per afrontar les condicions desavantatjoses imposades pel sistema als consumidors, per situar-se, en el moment actual, en una altra perspectiva.

Avui la globalització regna en la relació producció-consum i en aquesta relació el consumidor ha d'aprendre a trobar i analitzar les complexes connexions existents com a camí per poder valorar-la i actuar amb autonomia. En el complex entramat imperant, les decisions i comportaments de cada consumidor ja no l'afecten només a ell com a individu i el col·lectiu més immediat; afecten, també, la col·lectivitat mundial i el medi ambient. En aquest marc, el consumidor ha de

comprendre que el consum individual és indissociable del consum global i de les seves conseqüències. Educar els ciutadans com a consumidors requereix un plantejament diferent del d'èpoques anteriors; cal un enfocament nou que, a més de donar-li eines de defensa, integri el desenvolupament d'una nova ètica, d'una nova forma de pensament i d'una nova forma d'actuació transformadora. L'EdC d'avui comporta un plantejament que permeti, a la vegada, relacionar allò local amb allò global i viceversa, que superi les distàncies espacials i temporals a què està sotmesa la relació entre producció i consum.

En els nostres dies, continua estant justificada la necessitat d'una EdC, plantejada des d'una òptica que inclogui un àmbit individual dins de la col·lectivitat i que permeti al consumidor moure's en la quotidianitat. Des d'aquesta perspectiva, coincidim amb les argumentacions d'autors que, des d'una posició plenament consumista, justifiquen la importància de l'EdC, ja que aquesta educació potencia l'esperit crític i això possibilita al consumidor actuar més eficaçment en el mercat; hi coincidim, perquè davant qualsevol decisió de compra introdueix el qüestionament, l'anàlisi i la recerca d'alternatives, i això permet una eficàcia més gran en les decisions de la vida diària; hi estem d'acord, també, ja que proporciona capacitats per a una millor distribució dels propis recursos i de l'estalvi, cosa que permet augmentar la seguretat i la independència del consumidor; entenem que és positiva, perquè ofereix informació sobre l'aplicació de mecanismes personals de control per fer front al mercat, la qual cosa afavoreix la seva autonomia. També estimula el desenvolupament de pràctiques afavoridores de valors que tenen la seva importància; diferenciar entre necessitats i desitjos impulsa el desenvolupament de l'autoconsciència; prendre decisions coherents estimula la responsabilitat; escollir el més adequat en cada moment exercita la prudència. També, en la mesura en què l'EdC mostra els avantatges d'escollir productes que afavoreixen la salut i la seguretat contribueix a millorar la qualitat de vida dels individus.

Des d'una postura consumista, paral·lelament, s'analitza i defensa la importància de l'EdC, perquè aquesta educació comporta beneficis per a la pròpia postura; cosa que des d'una postura transformadora i crítica presenta importants paradoxes, ja que acceptar l'EdC com a element estabilitzador del sistema establert pressuposa acceptar-ne

4 Consum: educar ara

la bonesa. Així, alguns consideren que l'EdC afavoreix l'exercici dels drets i responsabilitats del ciutadà-consumidor i això li crea consciència de formar part fonamental d'un teixit social, la qual cosa és una manera de promoure l'estabilitat social; s'argumenta que els consumidors informats, en fer un millor ús dels seus recursos, diners, temps i habilitats contribueixen a aquesta estabilitat, fet que resulta clau per al desenvolupament econòmic. D'altres entenen que una bona formació dels consumidors permet marcar una presència significativa d'aquests en les relacions de mercat i això és beneficiós socialment. També, d'alguns estudis fets als EUA amb estudiants de secundària, se'n desprèn que, en millorar la satisfacció de les necessitats individuals, els estudiants estenen la seva satisfacció al sistema econòmic i la satisfacció d'una nació amb el seu sistema econòmic és un factor que contribueix a l'estabilitat social; addueixen que un altre factor dels beneficis tangibles de l'EdC és que redueix les actituds individuals d'apatia i això afavoreix la creació d'una consciència ciutadana activa, capacitada i amb possibilitat de fer sentir la seva veu en els debats públics referents a assumptes de consum. De manera semblant, hi ha qui defensa que davant uns consumidors que, sovint, se senten frustrats en percebre els avantatges de les forces econòmiques monopolistes, és més probable que aparegui ressentiment i es produeixi alienació social; una situació generadora de tensió social que si afecta grans grups de població pot créixer fins arribar a un punt de ruptura provocador de desestabilitat social.

Des de l'anàlisi consumista resulta també lògic pensar que l'EdC no solament constitueix un benefici important per al consumidor individual i l'estabilització social, sinó també un benefici per a les empreses mateixes, cosa que es valora positivament. L'existència, tradicional als EUA, però reduïda al nostre país, d'empreses promotores d'àmplies campanyes educatives del consumidor, en les quals s'inverteixen grans sumes de diners per crear programes i materials didàctics, constitueix una pràctica que els aporta grans beneficis, ja que els possibilita un control més intens dels desitjos i necessitats del consumidor i augmenta la possibilitat d'èxit de les seves vendes. Diversos estudis reforcen la idea anterior en considerar que l'EdC des de les empreses possibilita que el consumidor estigui informat, la qual cosa fa augmentar la seva confiança en elles i es constitueix en el millor client; conseqüentment augmenta la possibilitat de repetició de compres i la disminució de queixes i querelles. La satisfacció del consumidor el converteix en



el millor difusor dels seus productes sense cap cost per a l'empresa, i el conjunt ofereix creixement i estabilitat social.

Sense negar els avantatges que sobre el consumidor individual té una EdC enfocada des d'una posició consumista, paral·lelament pensem que si l'EdC només proporciona elements per saber-se moure en la societat de consum i optimitzar els propis recursos es converteix en un mecanisme regulador d'aquesta societat, un mecanisme que acobla els consumidors al funcionament del sistema econòmic i social actual. Això ens porta a pensar en la importància i la necessitat d'una EdC que es plantegi des d'una perspectiva més àmplia, que afronti no sols allò quotidià i local, sinó també el fenomen global en el local i que, ahora, esdevingui un mecanisme important perquè el consumidor prengui consciència i actuï davant els problemes socials i ecològics que generen el model sustentador de l'actual societat de consum. Entenem la necessitat d'una EdC que es constitueixi en factor de transformació social i en un element fonamental per a la formació bàsica de les persones; una EdC que no es limiti a preparar-les per a una defensa

6 Consum: educar ara

eficient del valor dels diners en el mercat, sinó a projectar-se com un element transformador orientat cap a una cultura de la solidaritat i això pressuposa que la seva finalitat no és defensar el valor dels diners, sinó el valor de les persones. Des d'aquesta perspectiva, l'EdC es converteix en quelcom necessari, perquè en concitar l'interès d'amplis sectors de la societat, a causa de la seva gran vinculació amb les qüestions de la vida diària dels ciutadans, genera una important capacitat de convocatòria que permet canalitzar la mobilització social.

L'opció per una nova EdC que plantegi l'exigència d'una acció transformadora és necessària pel fet que pot permetre al consumidor prendre consciència de les causes generadores de la pobresa en el món i de la necessitat de buscar una equitat; pot aportar elements que li permetin conèixer les conseqüències dels seus actes de consum, tant individuals com col·lectius, i la importància d'emprendre pautes de consum diferenciades; igualment pot constituir un mitjà més per millorar la salut mental del consumidor, ja que la presa de consciència i l'adquisició de postures d'actuació crítica davant el consum el poden ajudar no sols a evitar frustracions, sinó també a revisar la seva axiologia personal. D'altra banda, l'EdC pot ser, també, un element més en la construcció de valors col·lectius i d'estructuració de la col·lectivitat en posar èmfasi en la necessitat d'unir esforços individuals col·lectivament.

Entenem, doncs, que l'actualitat del consum continua plantejant causes suficients per impulsar l'EdC amb la finalitat que els consumidors prenguin consciència dels seus drets i els exerceixin, assumint alhora les seves responsabilitats i exercint-les des d'una visió àmplia que permeti no solament corregir les problemàtiques generades per la societat de consum, sinó, fonamentalment, buscar noves maneres d'organització col·lectiva que dibuixin unes noves regles de joc mundial. Pensem que d'aquesta manera serà possible que els consumidors intervinguin en el mercat des d'una posició prioritària que faci possible universalitzar una qualitat de vida per a tots els ciutadans i ciutadanes del món, que elimini les importants diferències establertes per aconseguir viure en harmonia en un planeta del qual tenen dret a gaudir tots els consumidors d'avui i de demà.

Si s'accepta que, en la societat actual, l'EdC és necessària per als adults, entenem que aquesta educació és també necessària i ha

d'estendre's al món infantil, ja que el consum afecta directament i indirecta els més petits de la societat. La interacció dels nens i nenes amb la societat de consum s'inicia des del moment del seu naixement, ja que configuren models propis sobre allò que veuen i viuen. Els mitjans de comunicació els acosten constantment als paràmetres propis de la societat de consum i hi deixen una petjada; nens i joves constitueixen l'objectiu de molts dels missatges publicitaris i a la vegada són protagonistes d'alguns d'ells. Són, a més, molt vulnerables a la manipulació a causa de la falta de criteris propis, conseqüència de la seva edat. Tots ells disposen, cada vegada més d'hora, de diners propis que els permeten decidir en què els gastaran; molt aviat adquireixen de manera autònoma l'aminadures, cromos o enganxines i progressivament demanen productes de preu més elevat (videojocs, consoles, etc.). Molts cops fan petits treballs familiars remunerats que els permeten fer petites compres o iniciar-se en l'estalvi. D'altra banda, és cada cop més notòria la influència que els més petits exerceixen sobre les decisions de compra familiars; influeixen en el consum familiar i, fins i tot, en la compra de béns duradors. El procés de presa de consciència dels ciutadans com a consumidors ha de ser independent de la seva edat. L'EdC en el món infantil ha de ser tinguda en compte per tots els qui actuen en aquest camp, i es fa necessari compaginar els esforços que es fan des de les organitzacions de consumidors, les institucions públiques, les privades i per descomptat des de l'escola, la qual constitueix el vehicle natural educatiu dels petits ciutadans.

L'article exposa una unitat didàctica del segon cicle d'ESO, centrada en els electrodomèstics més utilitzats en la vida quotidiana. La temàtica integra continguts de l'àrea de tecnologia i de les ciències de la natura i continguts característics de l'educació del consumidor.

Els electrodomèstics: exemple d'integració de l'educació del consumidor a la tecnologia

**Carles
González
Lacambra**

Professor de
Tecnologia

En aquest article es presenten alguns aspectes d'una unitat didàctica pensada per al segon cicle d'educació secundària. El contingut se centra en els electrodomèstics i integra continguts de l'àrea de la tecnologia i les ciències de la natura, i també continguts característics de l'educació del consumidor (EdC). En primer lloc s'exposen els aspectes més significatius de la temàtica des de la perspectiva social i des de la perspectiva de l'EdC. En segon lloc es presenten les preguntes generadores de la unitat didàctica; són preguntes que troben resposta en una de les àrees de coneixement establertes en el currículum, i preguntes que tenen per intenció i resposta una vinculació, gairebé exclusiva, a l'EdC.

Els electrodomèstics des de la perspectiva de l'EdC

Entenem per electrodomèstic aquell aparell d'ús domèstic que utilitza, directament o indirectament per al seu funcionament o aplicació, qualsevol forma d'energia i/o la transforma. En les societats industrialitzades, les aportacions tecnològiques van passant de l'àmbit industrial al domèstic; és per això que es diu que els electrodomèstics són l'últim pas evolutiu dels aparells industrials; és el cas, per exemple,

del vídeo, del forn microones o l'aspiradora. Els electrodomèstics constitueixen un aparador del avenços tecnològics de la societat i a través d'ells es pot estudiar l'evolució tecnològica de la humanitat. Els electrodomèstics possibiliten que el gran públic tingui al seu abast els últims avenços científics, si bé en la majoria dels casos l'únic interès per al consumidor/a és la seva utilització per obtenir uns efectes determinats. Els electrodomèstics són béns de consum cada cop més a l'abast de moltes economies; en el mercat es troba una àmplia varietat d'aquests productes, amb una gamma variada de preus que els fan fàcilment assequibles. La implantació massiva d'aquests aparells a les llars ha originat un gran canvi en la vida quotidiana dels consumidors pel fet que la majoria constitueixen un recurs eficaç per a estalviar temps i feina. La complexitat dels últims electrodomèstics i l'hedonisme dominant a la nostra societat exigeixen cada cop més que aquests aparells disposin de millors efectes, més intensos i que redueixin al màxim l'esforç humà.

Tradicionalment, els electrodomèstics es classifiquen per criteris de distribució comercial en un grup anomenat de línia blanca i un altre de línia marró; criteris que cada vegada són menys operatius. La línia blanca és constituïda pels aparells habituals de la cuina com el frigorífic, el forn, la batidora, les torradores, etc. El grup dels anomenats aparells de línia marró està format per aquells electrodomèstics que en l'inici de la seva existència tenien l'aparença d'un moble i solien col·locar-se al menjador o sala d'estar; és el cas de la ràdio, la televisió, les minicadenes, etc. Actualment, hi ha un tercer grup, cada cop més consolidat, constituït pels aparells d'aire condicionat, les alarmes, els ordinadors personals, els aparells de comunicació. Molt sovint, el fet que un electrodomèstic, de qualsevol d'aquests grups, es trobi en un comerç determinat respon més a un criteri de marques i de comerç que no pas a un criteri d'ús o classe; així, per exemple, és més fàcil trobar una càmera de vídeo a una botiga que venguin televisors que no pas a una altra on venguin màquines fotogràfiques.

Una gran part dels electrodomèstics funcionen per mitjà de l'energia elèctrica obtinguda a través de la xarxa de distribució; és el cas, per exemple, dels frigorífics, les rentadores, les neveres, la majoria d'aparells utilitzats a la cuina, les afaitadores, les depiladores, les ràdios, les televisions, les cadenes musicals, etc. L'ús d'energia elèctrica obliga el consumidor/a a conèixer la potència d'aquells aparells que vol

10 Consum: educar ara

comprar com a referent per valorar la despesa econòmica del seu consum i l'adaptació a la instal·lació elèctrica que posseeixen. Per conèixer la potència és recomanable que els consumidors consultin les dades que ofereix el fabricant en el prospecte de l'aparell.

Els electrodomèstics porten sempre incorporada una placa a la seva part posterior que indica la potència requerida per al seu funcionament. Alguns, quan funcionen, consumeixen tota la potència, per exemple una ràdio; d'altres porten un regulador que permet escollir-la, com els escalfadors; en d'altres casos, la potència consumida varia durant el funcionament de l'aparell, és el cas de la rentadora. Dins els aparells elèctrics més habituals, d'ús domèstic, que requereixen un consum d'energia elèctrica més elevat, hi trobem aquells que es fan servir per escalfar, ja sigui l'aire, l'aigua o els aliments. La necessitat de connectar gran part dels electrodomèstics a la xarxa elèctrica obliga els consumidors a conèixer les característiques de la instal·lació elèctrica que tenen a les seves cases. Com a mesura de seguretat, tota instal·lació elèctrica ha de tenir un interruptor general automàtic que la desconnecti quan es produeixi una sobrecàrrega; un interruptor diferencial que la desconnecti quan per defecte de la xarxa, per descuit o per imprudència, el corrent es derivi a través de la instal·lació de presa de terra, d'una persona o d'una màquina receptora; tota instal·lació ha de tenir també un interruptor automàtic per a cada un dels circuits de l'habitatge, de manera que quan la suma de potències dels aparells connectats a un circuit superi la potència contractada o bé quan es produeixi un curtcircuit, aquest circuit es desconnecti. Tots aquests elements constitueixen l'anomenat quadre general de comandament i protecció que tot habitatge té instal·lat en l'origen de la seva instal·lació elèctrica; la seva finalitat és triple: protegir les persones, protegir els circuits i aparells i facilitar-ne l'ús.

Molts electrodomèstics, a més d'energia elèctrica, consumeixen aigua; consum gens menyspreable si considerem l'impacte ecològic i econòmic. El consum d'aigua és una dada que també s'ha de valorar quan es compra un electrodomèstic. Ara mateix hi ha marques i models que ofereixen aparells amb un consum d'aigua reduït, que poden voltar fins a 25 litres per servei, en el cas de les rentadores. Igualment en el cas de les rentadores, hi ha models que incorporen avenços tècnics com la producció d'una dutxa d'aigua dins del tambor que permet estalviar un 40 % d'aigua, un 30 % de temps i un 30 % d'energia

elèctrica. És també important considerar que alguns electrodomèstics porten incorporats alguns productes impactants sobre el medi ambient, quan en acabar la seva vida són desballestats d'una forma incontrolada; és el cas, per exemple, dels CFC (cloro-flúor-carbonats) utilitzats en els circuits de refrigeració dels frigorífics o en els aparells d'aire condicionat.

Alguns electrodomèstics poden funcionar alternativament amb energia elèctrica generada per una pila, com ara les ràdios, els walkmans, etc.; en aquests casos el consumidor/a ha de saber que l'energia elèctrica de la xarxa resulta més econòmica que la de les piles i causa un impacte menor sobre el medi. Igualment hi ha en el mercat alguns tipus d'electrodomèstics que poden funcionar amb energia solar, per exemple les calculadores, alguns ordinadors personals, etc. El consumidor/a ha de saber que el seu ús té molts avantatges, resulta econòmic i no contamina. Hi ha d'altres electrodomèstics que funcionen utilitzant l'energia del gas ciutat, del butà, del petroli o d'altres. És el cas de moltes cuines, estufes, escalfadors, etc. El consumidor ha de saber que aquestes energies són més econòmiques per a la seva butxaca i que el seu ús requereix, també, el seguiment d'algunes mesures de seguretat encaminades a evitar fugues, cremades, etc. L'ús massiu d'electrodomèstics propicia un augment de possibilitats d'accidents com a conseqüència del seu ús inadequat o bé per desgast dels sistemes de seguretat que porten incorporats. La seguretat constitueix un factor important que el consumidor/a ha de tenir present.

Planificar adequadament la compra dels electrodomèstics és vital per al consumidor/a. Es fa necessari, entre d'altres coses, pensar quina és la funció de cada aparell que es vol comprar; quina és la seva necessitat; quin és el seu preu i els anys que es creu que durarà, per valorar la seva rendibilitat; quin és el consum que tindrà el seu ús; quin tipus d'instal·lacions o infraestructures caldrà per fer-lo servir. Els electrodomèstics constitueixen un dels productes que originen un nombre més gran de reclamacions per part dels consumidors. La compra ha d'anar sempre acompanyada de la garantia degudament segella-



12 Consum: educar ara

da i s'ha de conèixer l'existència dels serveis d'assistència tècnica oficials de cadascuna de les marques del mercat.

A la figura 1, s'hi observen alguns dels aspectes més importants que s'haurien de considerar, en la educació del consumidor, quan es treballi aquesta temàtica.

Plantejar el tema en el segon cicle de secundària

La joventut actual utilitza diàriament un elevat nombre d'electrodomèstics i en fa servir una gran quantitat de manera autònoma. Els electrodomèstics formen part de la vida dels joves d'avui. Qualsevol noi o noia utilitza cada dia la nevera, la cuina, l'escalfador i molts d'altres aparells; habitualment, els joves no es plantegen que darrera del seu ús hi ha un consum, unes repercussions ambientals i possibles riscos sobre la salut personal i/o col·lectiva. A la nostra societat, la majoria de la joventut disposa de casset, radiocasset, walkman, compactdisc o cadena musical. Escoltar música és una de les activitats preferides pels joves i el mercat ofereix una gran diversitat de marques, gammes i preus.

Els ordinadors personals constitueixen, també, electrodomèstics cada cop més utilitzats per la joventut, i el seu ús és una de les característiques que marquen aquest segle que comença. Des de la introducció al mercat cap als anys setanta, gràcies a la tecnologia dels circuits integrats o xips, s'implanten contínuament nous models i tipus diferenciats d'aquests aparells que faciliten com més va més la seva manipulació als usuaris i usuàries. L'augment d'aquesta oferta va acompanyada d'una baixada important dels preus.

També els joves són grans aficionats a passar hores de lleure visionant vídeos i fent enregistraments amb càmeres de vídeo. El vídeo domèstic és un dels aparells que més ha evolucionat tècnicament, i econòmicament, d'ençà del seu ús inicial, gairebé exclusiu, per part dels professionals de la televisió. El seu preu en el mercat és encara elevat, i això exigeix una bona informació abans de la seva compra.

Són moltes les persones aficionades a la fotografia, si més no com a forma de registrar determinades situacions. L'oferta d'aparells de

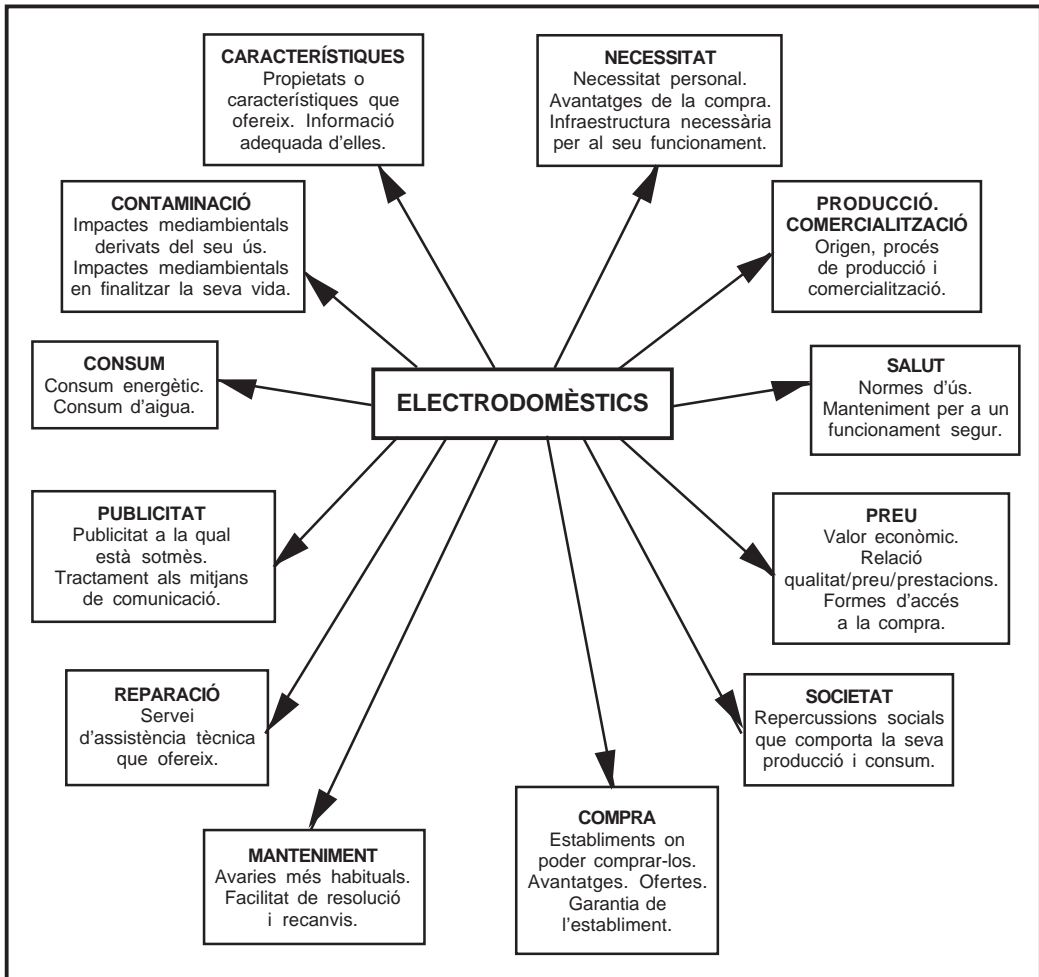


Fig. 1

fotografia és àmplia i la seva compra demana considerar prèviament si la màquina escollida respon als interessos i a les necessitats que es tenen, als coneixements tècnics de què es disposa i, lògicament, si ofereix una bona relació preu-qualitat. L'elecció de la pel·lícula és també important i ha de comprovar-se el temps de validesa i caducitat que hi ha imprès a l'embolcall.

La temàtica dels electrodomèstics és, doncs, una temàtica viva en el món adolescent i justifica el seu tractament a l'escola, i són les àrees

14 Consum: educar ara

de tecnologia i ciències de la natura les que ofereixen més possibilitats de treballar-la directament. Així, els continguts de tecnologia, íntimament vinculats al món del treball i de la tècnica, enllacen perfectament amb tots aquells que es refereixen als electrodomèstics i és en l'àrea de ciències on poden treballar-se les lleis que regeixen el seu funcionament. És, doncs, relativament senzill integrar-hi els aspectes d'educació del consumidor referits als electrodomèstics.

Plantejar la temàtica dels electrodomèstics en l'etapa de l'educació secundària representa plantejar una temàtica relacionada directament amb la vida de l'alumnat, i amb àmplies possibilitats d'educar des d'una visió consumista.

En l'esquema que es mostra a la figura 2, s'hi pot veure com per desenvolupar aquesta unitat didàctica s'han escollit quatre preguntes relacionades amb la temàtica dels electrodomèstics, vinculades directament amb l'àrea de la tecnologia i l'àrea de les ciències experimentals:

- Què cal conèixer des d'un punt de vista tècnic?
- Com són els electrodomèstics que funcionen amb motor elèctric?
- Com són els electrodomèstics que tenen per finalitat produir calor?
- Per què una pila pot fer funcionar un electrodomèstic?

A partir d'aquestes preguntes, se'n plantegen quatre més des de l'òptica consumista:

- Què cal conèixer des del punt de vista dels consumidors?
- Com hem d'utilitzar els electrodomèstics que funcionen amb motor elèctric amb el rendiment i la seguretat més gran?
- Quan s'han de fer servir electrodomèstics que funcionen amb gas o amb electricitat?
- Quan s'han de fer servir les piles per fer funcionar un electrodomèstic? Quines piles és millor utilitzar?

Es formula encara una cinquena pregunta des d'una perspectiva consumista:

- Quins drets tenim els consumidors quan comprem i/o fem reparar un electrodomèstic?

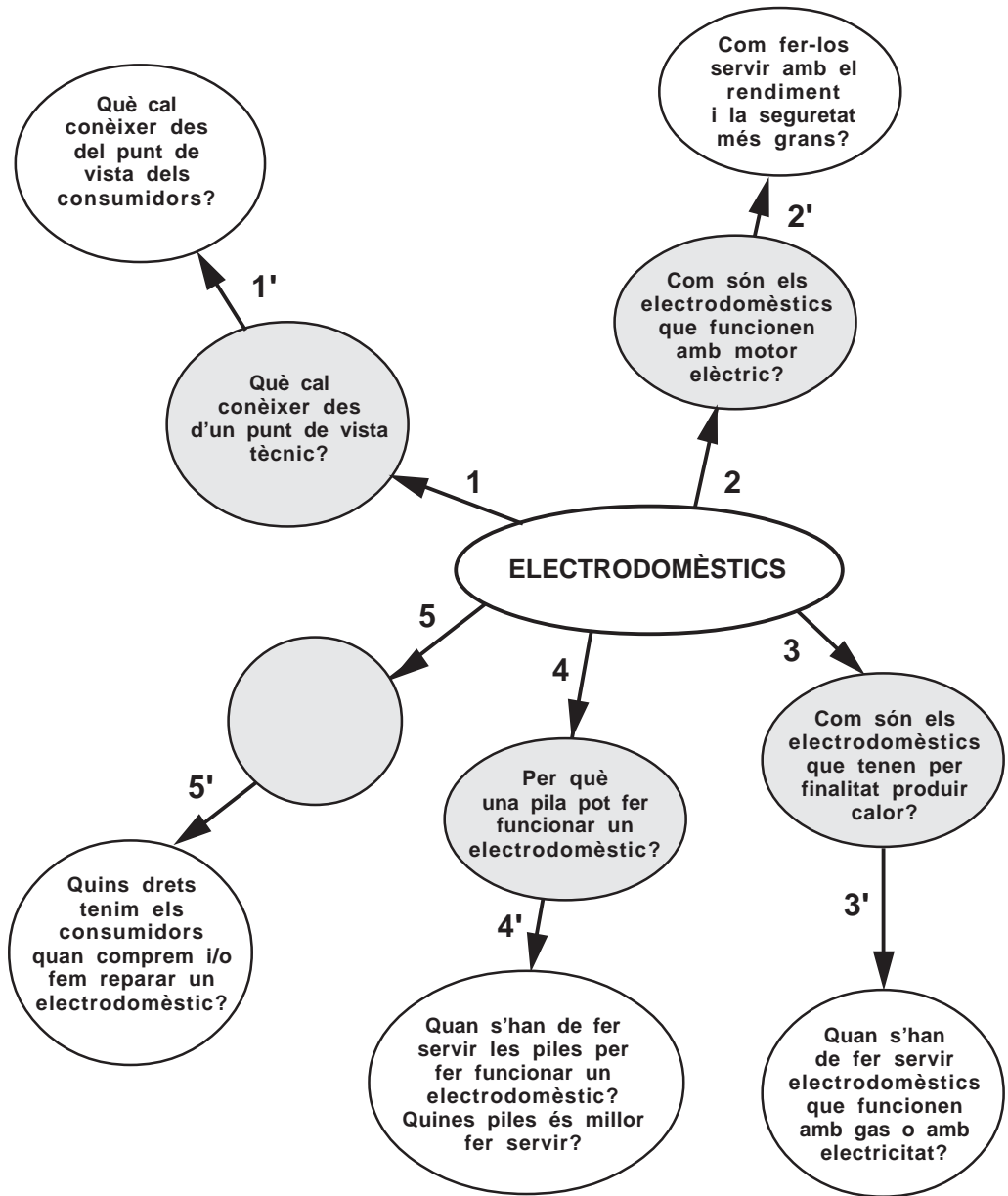


Fig 2.

16 Consum: educar ara

Hem de dir que podrien ser moltes altres les preguntes escollides per dibuixar aquesta unitat didàctica. Les del primer grup han estat escollides en la mesura que considerem que responen a les principals qüestions tècniques relacionades amb els electrodomèstics més utilitzats a la vida quotidiana. Pel que fa a les preguntes del segon grup, s'han escollit aquelles que permeten plantejar aspectes bàsics de l'educació del consumidor: característiques que interessin a l'usuari/a, consum, manteniment, seguretat, reparació i garantia.

La unitat didàctica planteja, doncs, continguts propis de l'àrea de la tecnologia i continguts propis de l'educació del consumidor. Centrar-se només en les del primer tipus significaria treballar exclusivament part dels continguts de les àrees; pensem que si no es fa un plantejament explícit del segon tipus de preguntes no hi ha un treball d'educació del consumidor en aquesta unitat didàctica. A la figura 3, s'hi mostren encara (dins els requadres rectangulars) els principals continguts conceptuals que es treballen a la unitat proposada; s'expliciten aquells que corresponen a les diferents àrees i els que corresponen a l'educació del consumidor/a.

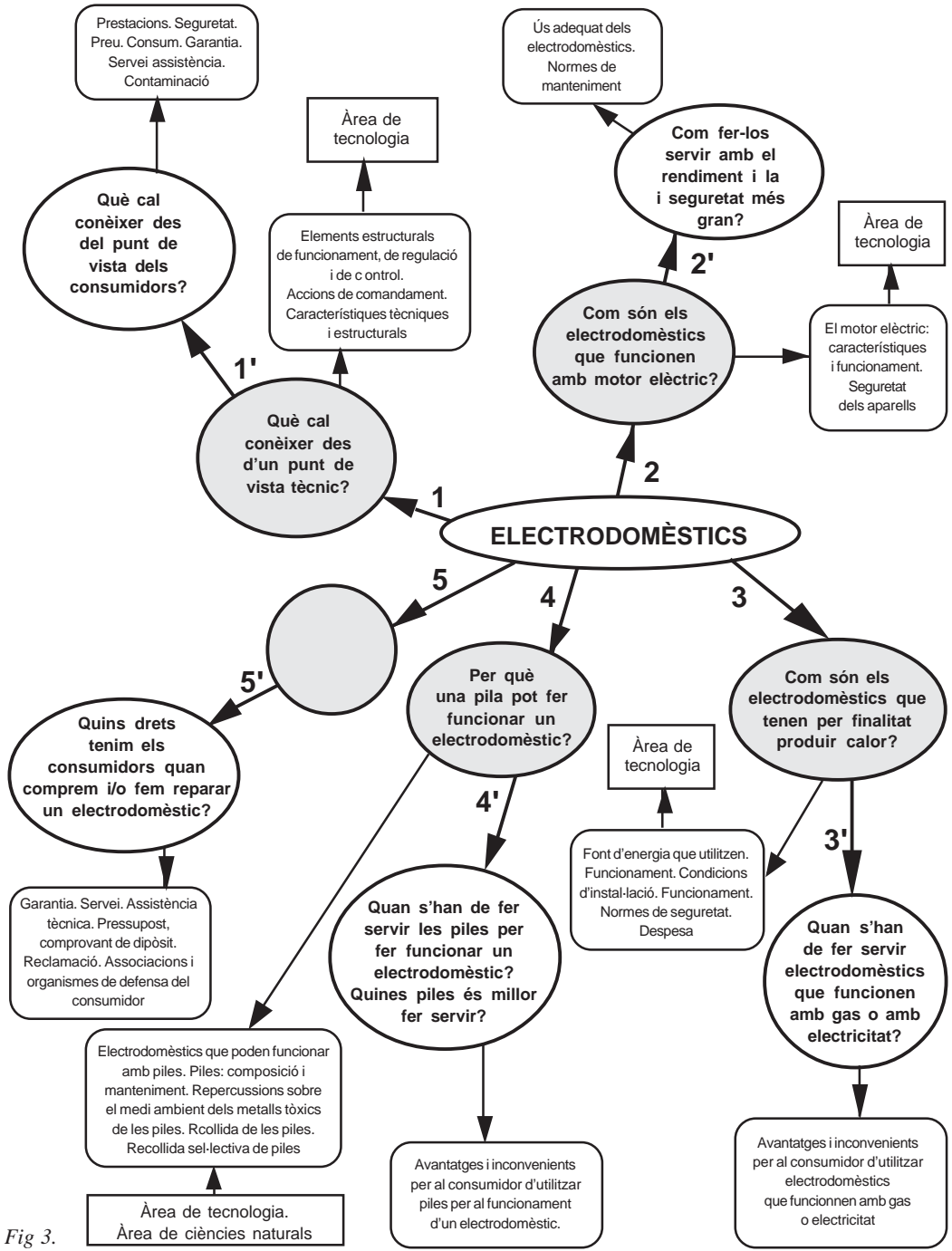


Fig 3.

Aquesta experiència «integra l'educació del consum, des de la perspectiva de donar eines a l'alumnat per situar-se davant de la publicitat i l'educació per a la salut, i afavoreix la consciència de l'alumnat sobre les característiques de l'anorèxia i també la seva prevenció.»

Consum i escola: treballar l'anorèxia partint de la publicitat

**Marga
Fortunado
i Roblas**

Escola Isabel de
Villena

Els trastorns alimentaris i, en concret, l'anorèxia nerviosa són malalties greus amb importants repercussions individuals, familiars i socials. D'acord amb el DSM III R (APA 1987), l'anorèxia nerviosa és un trastorn que es defineix pel rebuig a mantenir un pes corporal normal per a l'edat i l'alçada; per una por intensa a guanyar pes tot i estar per sota del pes normal; per un trastorn de la imatge corporal; en noies púbères, per l'absència d'almenys tres cicles menstruals; perquè no hi ha cap altra malaltia física que expliqui la pèrdua de pes. És una malaltia de difícil tractament, de difícil curació, amb perill de recaiguda al llarg de la vida. Els professionals que s'han de fer càrrec d'aquests malalts són metges especialistes que col·laboren amb un equip multidisciplinari i que necessiten el suport de la família perquè el tractament avanci correctament. L'anorèxia nerviosa sol afectar més sovint en l'edat adolescent, encara que cada vegada es detecta en edats més joves i, en un nombre més reduït, en els adults.

L'anorèxia nerviosa és, doncs, una malaltia molt complexa, però els mestres no podem deixar de treballar des de l'escola aquesta mena de trastorns, trastorns que poden aparèixer en qualsevol dels nostres alumnes. Des de l'escola pensem que cal fer un treball d'investigació i d'aclariment de les informacions que els nostres nens/es reben per



diferents canals. Cal fer també un treball per reforçar l'autoestima, la valoració i acceptació d'un mateix i dels altres; tanmateix, pensem que s'ha de fer un treball de prevenció. Per treballar en aquesta línia, creiem que la inclusió dels eixos transversals en el currículum ens ha proporcionat mecanismes que ho permeten, ja que possibiliten enllaçar diferents fenòmens de significació social, com l'anorèxia, amb les àrees curriculars.

En el cas de la proposta que presentem, el tractament de l'anorèxia, com a docents vàrem partir d'una triple reflexió. En primer lloc, en el terreny curricular vam veure que l'anorèxia es relacionava amb el currículum de ciències naturals de 5è de primària, ja que s'hi planteja l'estudi de la nutrició humana i de l'energia en relació amb els aliments. En segon lloc, vam pensar que en l'esfera social, l'anorèxia és una malaltia de presència rellevant; el nombre de persones afectades augmenta i cada vegada se'n detecten més casos en nens i nenes de curta edat. En tercer lloc, ens vam plantejar la seva significativitat entre l'alumnat; frases com «tinc una amiga que no vol menjar», «aquella

20 Consum: educar ara

«nena té anorèxia», «estàs com una foca», «m'agradaria assemblar-me a les noies de "Los vigilantes de la playa"»... són afirmacions freqüents en l'àmbit de l'aula i presents també a la família.

Des de la perspectiva de l'educació del consum, un dels eixos del plantejament de la proposta és la relació que es dona entre els diferents eixos transversals. Així en el treball a l'aula s'integra l'educació del consum i l'educació per a la salut. L'educació del consum apareix com a punt de partida del projecte, ja que pren la publicitat com un factor d'inici de l'activitat. La publicitat és una activitat creadora de valors i de models que els infants sovint volen seguir i és un component important en tractar l'anorèxia. Toro et al. (1988) van fer una anàlisi de la publicitat «pro-esveltesa» inclosa en les deu «revistes femenines» (amb una tirada de més de cent mil exemplars) que es publiquen a Espanya, i van observar que gairebé un de cada quatre anuncis convidava directament o indirectament a perdre pes o a fer desitjable un pes baix.

Des d'aquesta perspectiva, la necessitat de fer una reflexió sobre com ens pot influir la publicitat ens porta a un fenomen lligat a la salut. En el treball a l'aula, la publicitat apareix a la primera fase del projecte com a element motivador del que es farà a continuació i per fer conscients els infants de com ens pot influir veure publicitat sense reflexionar sobre els anuncis. També apareix en l'última fase del projecte, quan els infants elaboren un dossier en el qual presenten les seves reflexions al voltant de les influències que poden tenir sobre la nostra salut els models que ens dona la publicitat. Amb la idea que aprendre a consumir de manera escaient publicitat ens ajuda a protegir la nostra salut, el projecte integra l'educació del consum, des de la perspectiva de donar eines a l'alumnat per situar-se davant de la publicitat i l'educació per a la salut, i afavoreix la consciència de l'alumnat sobre les característiques de l'anorèxia i també la seva prevenció.

Descripció de l'experiència feta a l'escola

Títol: «L'aspecte físic, molt sovint, és important per reforçar la nostra seguretat».

Alumnat: 5è de primària.

Nombre d'alumnes: 26.

Nombre de docents: La tutora del grup.

Duració del projecte: 1 trimestre, 3 hores setmanals.

Àrees treballades: Totes les del currículum, excepte la llengua estrangera i la música.

Eixos transversals treballats: Educació per a la salut, educació del consumidor i educació per a la pau.

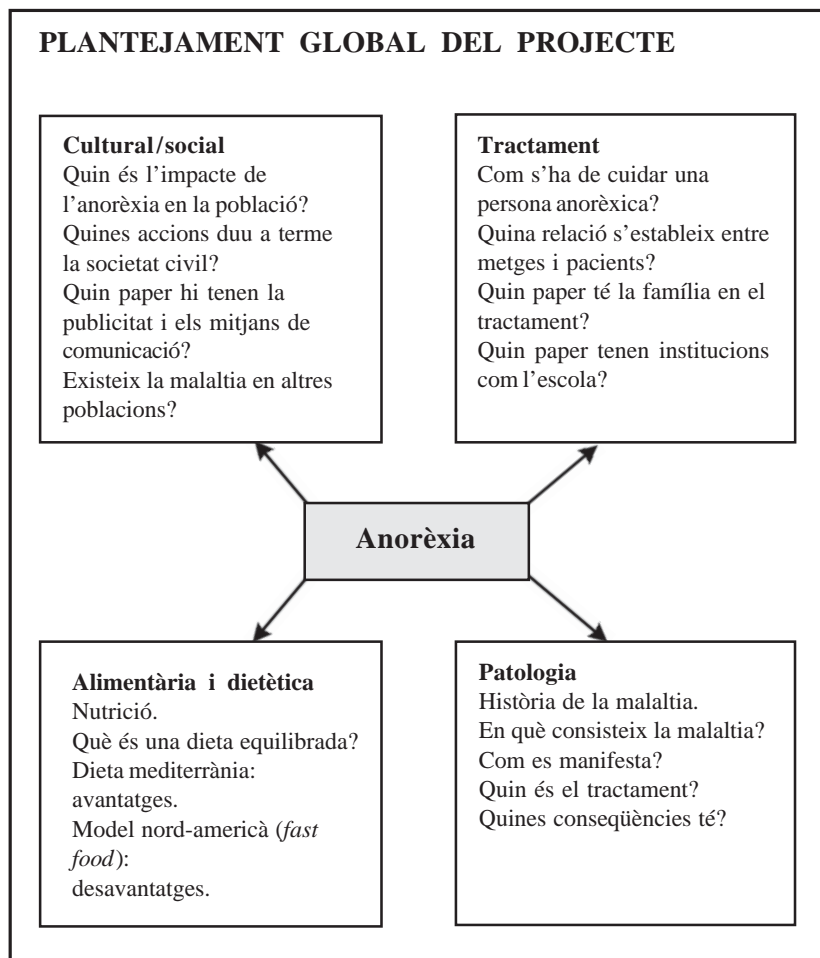
El quadre 1 de la pàgina següent presenta les grans preguntes que ens vàrem plantejar com a docents a partir de les intervencions recollides entre l'alumnat i de la nostra preocupació en relació amb l'anorèxia. Les vàrem agrupar per temàtiques que ens varen semblar significatives en el tractament del tema. Des d'aquesta perspectiva, la primera aproximació que vàrem fer del fenomen es planteja a partir de les seves pròpies característiques i ens va permetre acotar les variables que preteníem treballar i la manera com n'abordaríem el tractament. El treball va tenir sempre un assessorament per part de l'equip psicopedagògic.

Els objectius que vàrem decidir definir per fer el treball foren els següents:

- Desenvolupar una actitud crítica i constructiva davant el món de la publicitat.
- Fer un treball de prevenció en relació amb el fenomen de l'anorèxia.
- Fomentar el sentiment d'autoestima de l'alumnat.

Descripció de les activitats

D'entrada, els alumnes van posar en comú els coneixements que tenien sobre el tema tot partint de la visualització d'un vídeo sobre la història de la nina Barbie; es tractava que fossin els alumnes mateixos els que arribessin a proposar els temes a treballar. Durant el col·loqui, l'alumnat va parlar de la Barbie com a símbol cultural, del fet que



Quadre 1

representa un model que sovint és imitat, del cost econòmic que representa el seu vestuari, del fet de tenir un cos massa prim... Resultat d'aquesta primera activitat fou el títol del projecte objecte de treball. El fet d'analitzar, paral·lelament, diferents notícies i anuncis i de qüestionar què representava per a un nen o una nena de deu anys la seguretat va ajudar a centrar el tema i planificar la feina que calia fer.

En aquest punt es van introduir nous coneixements utilitzant diferents fonts d'informació. Es va plantejar la divisió del treball en grups

cooperatius per tal d'investigar temàtiques concretes amb l'objectiu de fer després un intercanvi. També ens va semblar interessant concretar diferents entrevistes amb especialistes que estiguessin relacionades amb l'anorèxia; totes les entrevistes es van fer a l'aula i van ser dirigides pel grup corresponent, encara que tots els alumnes hi van poder participar. Cada grup tenia el repte d'explicar als seus companys el treball que havia fet. Es van fer exposicions a l'aula mitjançant diferents recursos creatius com ara els murals o les escenificacions. Es pretenia que els alumnes contrastessin la nova informació obtinguda amb allò que ja sabien, i que fessin un esforç per buscar estratègies que ajudessin els seus companys a entendre els nous continguts. En la figura 1 es mostra una poesia treballada per un dels grups.

SALUT EN EL PLAT

Si em miro al mirall i em faig un petó no hi veig calaveres.
 No hi és Peter Pan. Hi ha gent molt diversa
 De totes les mides i de tota mena.
 Cal guardar un espai per als extraterrestres, qui sap quan
 [vindran?

Si sóc a la taula davant del menjar se'm fa salivera.

Saludo el meu plat de moltes maneres.

Hola plat salat, em fas beure aigua!

Oli, peix i carn! Hola suc i pa!

Hola pastanaga! Vols venir a la platja?

Hola iogurt blanc! Avellana nana.

Hola xocolata! Hola poma i flam.

Pèsols i patates. Salut, cos i cap!

Carme Rovira

Fig.1

La reorganització de continguts permet fer un pas endavant per aplicar allò que s'ha après a noves situacions en un procés de generalització. En aquest sentit, recuperem la idea de fer l'activitat des de la perspectiva que sigui significativa per a l'alumne. Així, s'elabora un dossier a partir de la feina feta pels nens que recollia tots els aspectes plantejats i tractats.

Valoració

Un cop acabada la tasca, la valoració que fem els mestres que hem dut a terme la gestió del projecte de treball és molt positiva. Davant dels temors inicials de tractar amb un 5è de primària un fenomen tan complex i delicat, hi havia un fort sentiment de convicció que calia fer aquesta tasca. Un primer element important per a nosaltres ha estat el repte de treballar de manera interdisciplinària les diferents àrees, ja que representava una certa dificultat treballar des de diferents perspectives a la vegada, no solament per la distància curricular, sinó també per la necessitat de crear espais comuns de treball amb l'alumnat i amb la gent que col·labora amb el nostre projecte, els quals es van resoldre de manera positiva. D'altra banda, creiem que aquesta experiència permet que el nostre alumnat tingui una visió més integradora de les diferents matèries, fet molt important perquè l'ajuda a entendre la realitat des de la complexitat i no des de la fragmentació que de vegades produeix la separació de les àrees.

Pel que fa als objectius generals del projecte de treball, el resultat aconseguit ens ha semblat força positiu. En primer lloc, destaquem el fet que l'alumnat ha adquirit una visió diferent de la publicitat. És ben cert que aquest món és molt poderós i que els nens i les nenes en són grans consumidors. Durant el desenvolupament del projecte, els alumnes varen aprendre a anar més enllà d'aturar-se en la simple visualització, audició o lectura de diferents anuncis. Varen esbrinar quins podien ser els efectes negatius de la publicitat i quins els positius. Descobriren que, com a consumidors que són, han de fixar-se en allò que els ofereixen i què és el que els convé més.

En relació amb el treball de prevenció, pensem que s'ha fet un avenç que caldrà consolidar en diferents cursos. Aquest primer contacte amb un fenomen tan complex, els ha fet qüestionar alguns aspectes de la seva vida diària com són l'alimentació, l'opinió que tenen d'ells mateixos i dels companys o com es troben dins del nucli familiar i del seu entorn més proper.

Com assenyalàvem anteriorment, creiem que aquest fenomen es pot començar a treballar a 5è de primària de la manera com ho hem fet, desenvolupant la capacitat de relacionar els fets que ens envolten amb la nostra persona, amb la manera de pensar o d'actuar. Això no

vol dir que en cursos anteriors no es pugui incidir en el treball d'aspectes relacionats directament amb la malaltia, com pot ser valorar la importància d'una nutrició correcta. Tanmateix, creiem que aquesta feina s'ha de continuar fent en cursos superiors, especialment a l'ESO ja que, com hem apreciat al llarg del treball, l'adolescència és l'edat on majoritàriament apareixen aquests tipus de trastorns. Caldria veure, però, si l'eix central de la feina a fer en aquests cursos no hauria de ser un reforç de l'autoestima, aspecte que des de l'escola veiem com a causa de molts dels problemes i angoixes que es pateixen en l'adolescència.

L'escola Montseny de Mollet del Vallès explica l'organització i com duen a terme el taller d'alimentació al cycle inicial des de l'educació del consumidor. Ho tracten com un acte de consum que envolta la vida dels infants: com a salut, acte social, símbol de grup i cultura, drets i deures, medi ambient, gènere...

Els actes de consum com a situacions educatives

L'alimentació al cycle inicial

**Ana M. Cuesta
Sanz**

Mestra i especialista en educació del consumidor

*Et dono un diner a canvi d'un diner
o et dono diners a canvi de dinars,
però també et puc donar,
sense cap diner i sense cap diner,
un tros de blau cel
a canvi d'un tros de cel blau.*

Carme Rovira

A l'escola, se'ns plantegen constantment nous reptes, s'hi aboquen com en un contenidor nous continguts, temàtiques, diversitat de valors... Els mestres i les mestres, que tenim el privilegi de compartir amb pares, mares i la societat la gran responsabilitat de l'educació dels infants, en un afany d'encabir tot el que ens arriba podem caure en el descoratjament, l'atabalament i amb la sensació de no fer res ben fet.

Educar, avui, en un món globalitzat ens porta a incorporar nous plantejaments pedagògics (i a desestimar-ne d'altres), a compartir les reflexions de la nostra pràctica quotidiana perquè aquesta pràctica esdevingui potenciadora de les capacitats dels infants. Capacitats que els permetin entendre el món des d'un punt de vista biocèntric i des de les perspectives multicausal, sistèmica i pluridisciplinària per po-

der llegir-lo, quantificar-lo i modificar-lo amb creativitat. Si el nostre objectiu és educar per viure, quina millor manera que fer-ho a partir dels fets quotidians?

A la nostra societat, els actes de consum, per la seva quotidianitat, són motivadors per als infants i entendre'ls és significatiu. Des del Grup C, de Rosa Sensat¹ vertebrem les activitats d'ensenyament-aprenentatge a través de l'educació del consumidor integrant els altres eixos transversals i goblitzant les àrees, com una via cap a l'educació integral. Així, treballem amb el medi com a punt de partida i d'acció, s'interrelacionen les àrees i –en ser situacions educatives on tothom pot aportar alguna cosa– es treballa cooperativament utilitzant procediments diversos i afavorint la construcció de valors.

Treballar a partir dels actes de consum permet estructurar les activitats seguint el cicle d'aprenentatge, en tres moments: *Què sé, què faig, què penso?*; *Què en saben, què en pensen, què fan els altres?* i *Com aplicar les noves formes de pensar, veure, fer*. És a dir, situar-se davant la realitat per entendre-la i transformar-la, treballar d'una manera global utilitzant les àrees per entendre-la i no per parcel·lar-la. Això dona als aprenentatges motivació i significativitat, dit d'una altra manera, aprendre per viure.

Els actes de consum ens permeten dissenyar activitats de qualsevol temàtica i contingut, ja que envolten la nostra vida i la dels infants. Una temàtica engrescadora és *L'alimentació*. Actualment, no ens podem limitar a treballar-la de manera parcel·lada –del punt de vista només nutritiu–, per exemple. Des de l'educació del consumidor es tracta:

- *Alimentar-se* té un lligam amb el currículum i forma part de la vida escolar: esmorzar, sortides, festes, aniversaris, menjador, problemes individuals... i implica treballar l'acte de la compra: productes al nostre abast –característiques i necessitat–, obtenció i transformació, conservació –additius–, transgènics i altres; màrqueting i publicitat, compra, preu; diversitat de productes i llibertat d'elecció (i/o homogeneïtzació). Ens cal tenir uns criteris, saber què i com ho volem.

1. El Grup C de consum és un grup d'investigació-acció d'Educació del Consumidor de l'A. de M. Rosa Sensat, Abacus i està coordinat pedagògicament per Rosa M. Pujol del Departament de Didàctica de les Ciències i la Matemàtica de la UAB.

28 Consum: educar ara

- *Alimentar-se* és necessari per viure i implica la nostra *salut*, conèixer els nutrients, la dieta, possibles trastorns individuals i col·lectius, com també la manipulació i preparació –higiene– dels aliments.

- *Menjar* constitueix un acte social i de comunicació, per la qual cosa implica educar el *civisme*: parlar, argumentar, escoltar, negociar, pactar –compartir–, assumir.

- *Menjar* és un símbol de *grup* i de *cultura*: Nosaltres formem part d'un grup i d'una cultura que aferma la nostra identitat, així com el fet de conèixer que hi ha altres grups i cultures (alteritat), cosa que implica també educar per a la *diversitat*, conèixer els diferents estats de salut dels altres, les diferències alimentàries entre edats, diferències entre cultures...

- *Menjar* és un *dret per a tothom*. Jo tinc uns drets i puc menjar. També tinc uns deures i... tothom pot menjar? Cal saber on hi ha fam i on hi ha abundància, la distribució mundial d'aliments, control de recursos alimentaris, mercat internacional de cereals, repartiment de terres de cultiu, grans propietaris i multinacionals, deute extern i països desenvolupats, diferències de riquesa entre les persones. En definitiva, treballar l'alimentació implica educar per a la pau.

- *Menjar* té molt a veure amb el medi ambient. Des d'una perspectiva biocèntrica, veiem que no som els amos del planeta, sinó que formem part de la natura i la necessitem (ecodependència) i que l'alimentació té repercussions *mediambientals*, que cal tenir en compte el cicle de materials, flux d'energia, xarxes alimentàries, contaminació, impacte ambiental, residus, envasos, RRR.

- *Menjar* té a veure amb el sexe. Sovint unes ho fan i d'altres mengen, tots podem compartir la compra... L'alimentació com a situació de consum ha de tenir en compte l'educació per a la *igualtat de sexes*, desigualtat, rols, la descoberta de possibilitats, de plaer, de nous valors.

Introduir a l'escola aquest punt de vista consumista ens permet educar, no solament instruir. Partir dels interessos dels infants ens possibilita –a nosaltres i a l'alumnat cooperativament– organitzar



l'excés de continguts que patim en aquesta societat de consum i de la informació, i en definitiva que els aprenentatges siguin significatius. Treballar a partir dels fets quotidians defugint l'artificialitat ens permet centrar-nos en un objectiu més ampli i, en ser situacions normals a la vida dels infants, podem incloure-hi informacions rigoroses i compartir maneres de fer. És, en definitiva, educar des de la vida per a la vida mateixa.

La nostra experiència i els resultats obtinguts en diferents nivells educatius, des de l'educació infantil fins a la universitària, ens anima a seguir en aquesta línia. Compartim amb vosaltres una proposta feta al cicle inicial d'educació primària al CEIP Montseny de Mollet del Vallès, al taller que es fa amb 17 nens i nenes de 1r i 2n curs (vegeu el quadre de la pàgina següent).

La nostra escola s'organitza per tallers (des d'EI a CS), una tarda a la setmana, en els quals es barreja l'alumnat de tot un cicle. A cada taller temporalitzat en 9 sessions de 2 hores, hi van 16/17 alumnes i dura

30 Consum: educar ara

TALLER D'ALIMENTACIÓ		Cicle inicial		Temporalització: 9 sessions de 2 h	
CONTINGUTS					
OBJECTIU	Fets, conceptes	Procediments	Actituds, valors, normes	ACTIVITATS	
<p><i>Començar a prendre consciència de la pròpia condició de consumidor, valorar una alimentació sana i equilibrada i la necessitat d'accedir als aliments amb informació i responsabilitat.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Els aliments com a productes necessaris per viure i per al desenvolupament del cos. Components de la dieta. - Diversitat, origen i processament dels aliments. - Fruits/verdures, làctics, cereals, carn, peix/ous. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observació i descripció dels aliments. Classificació elemental. - Identificació d'alguns aliments que no reuneixen condicions per al consum. - Establir el propi menú d'un dia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bona disposició per conèixer i tastar aliments bàsics. Valoració de la importància de seguir una dieta equilibrada. - Cooperació amb els companys i companyes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faig una alimentació sana i equilibrada? <i>Classificació dels aliments</i> 2. D'on vénen els aliments? Aliments naturals elaborats. Origen i conservació. <i>Fem melmelada.</i> 3. L'etiqueta ens informa? <i>Fem iogurt.</i> 4. La roda dels aliments. <i>Cereals. Fem pa.</i> 5. Què esmorzem? <i>Diferents tipus d'esmorzar</i> Comparem qualitat i preu. Tothom pot esmorzar? 6. Què en fem de les llimonades? Els additius. <i>Fem un suc.</i> 7. Hi ha aliments que curen? En un envàs gros hi cap més? <i>Fem una infusió.</i> 8. Sabem comprar aliments? La llista de la compra, decisió de compra, higiene dels productes alimentaris. Algunes estratègies de venda. Tothom pot comprar? Diferents pressupostos. <i>Joc de la compra</i> 9. En comprar i preparar menjar fem deixalles? Minimitzem i reutilitzem. <i>Fem un pa amb tomàquet.</i> 	
<p>AVALUACIÓ</p> <ul style="list-style-type: none"> • La pregunta inicial de cada activitat serveix per veure els coneixements previs. • L'elaboració de l'aliment proposat a cada activitat serveix d'autoregulació i cogestió de dificultats i d'avaluació continua. • El joc de la compra o l'elaboració d'esmorzar serveix d'avaluació de tot el taller. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjars senzills: iogurt, melmelada, suc, infusió, pa, entrepans. - Conservació dels aliments. Processos bàsics de conservació d'aliments. L'envàs. - Informacions bàsiques contingudes a les etiquetes. Els additius. - La compra d'aliments. El pressupost. - Residus que es produeixen Higiene en la manipulació d'aliments. - Reconeixement i classificació de diferents tipus de residus que es generen en preparar un menjar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboració de menjars senzills: iogurt, melmelada, sucs, infusió, pa, entrepans - Comparació de diferents tipus d'envasos per a un mateix producte alimentari. - Anàlisi i elaboració d'etiquetes. - Reconeixement d'alguns additius a través de tècniques senzilles. - L'acte de comprar aliments (llista, tiquet, canvi, estratègies de venda, diferents pressupostos...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorar la necessitat d'una bona conservació dels aliments. - Participació activa en la preparació d'aliments. Cura i higiene. - Veure la necessitat de minimitzar i efectuar una recollida selectiva dels residus. 		
<p>RECURSOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuina i estris de cuina i de neteja. Aliments naturals, fulletons de propaganda, pots, etiquetes, lupa, envasos, paper kraft, fulls, colors, tisores, monedes, poema. 					

ACTIVITATS DE REFORÇ: 1 Completar menú diari. 2 Joc de la compra en diferents sessions. 3 Roda dels aliments en diferents suports: plat, tren...
ACTIVITATS D'AMPLIACIÓ: 1 Memoritzar i recitar el poema Una mica no pica - C. Rovira - 2 Elaborar joguines amb envasos i embolcalls.

un trimestre aproximadament. Un dels de cycle inicial és el d'alimentació. L'objectiu d'aquest taller és: *Que l'alumnat comenci a prendre consciència de la pròpia condició de consumidor, valorar una alimentació sana i equilibrada i la necessitat d'accedir als aliments amb informació i responsabilitat.* De les nou sessions del taller, us n'expliquem una:

El joc de la compra al cycle inicial, més que un joc

Aquesta activitat es planteja perquè els infants posin en joc les destreses, els coneixements i les maneres de fer treballs al taller (vegeu la taula programació del taller) a l'hora de comprar aliments. Es tracta de valorar la significativitat que té per a ells el que s'ha treballat a través d'un joc simbòlic-rol com és el de la compra en el qual s'incorpora l'administració del pressupost.

Les famílies: La sessió s'organitza per famílies (grups cooperatius), cada una de les quals tria una de les targetes que tenen diferents colors i diferents característiques familiars. Es presenta la botiga: cadascú anirà a comprar amb les característiques que li han tocat: estructura i necessitats familiars, pressupost... Cada família s'ha d'organitzar i posar-se d'acord per comprar el més adient, el més bo i ajustant-se al seu pressupost.

Tenen un màxim de pressupost de 25 ptes (cada grup agafa de la capsa la quantitat que correpon a la seva *família* i que va passant la mestra o un/a alumne que tingui facilitat de càlcul). Es té en compte que en el primer taller l'alumnat de 1r ha de tenir el pressupost que pugui entendre (10 ptes). Es comenta amb els infants que els preus reals dels aliments són més cars, però, com que és més fàcil per a nosaltres comptar amb aquestes quantitats, ho fem amb quantitats petites. Al 3r taller ja podran tenir 100 ptes i distribuir el pressupost de la casa deixant per a l'alimentació el que considerin oportú.

Entre ells han de decidir qui fa de pare, mare, fill, etc., elaborar la llista de la compra segons les seves necessitats i qui va a comprar. A la majoria de grups, en fer aquesta sessió, decideixen que hi van els fills, encara que també s'ha presentat sovint que hi va la mare i, menys sovint, el pare.

32 Consum: educar ara

La botiga: Es munta sobre una taula de la classe en la qual s'han posat envasos i embolcalls de productes quotidians que han anat aportant els nens i nenes, mirant que n'hi hagi de diferents capacitats i dels aliments bàsics (ampolles i tretrabrics de llet, oli, aigua...; capsas de galetes, arròs, conserves, formatge, iogurts, llegum, oueres, fruita, peix, carn... de joguina). Hi ha també una lupa per poder llegir les etiquetes, bosses de plàstic –de venda– per endur-se la compra, o capsas (poden ser les de folis) i cistells (a vegades ells mateixos improvisen un *carro* amb una cadira), així com de diferents materials, cartró, vidre, plàstic, paper, etc.

Hi ha monedes reals d'1, 5, 10, 25 ptes (ha d'haver-hi més de 100 ptes); cartronets amb preus d'1, 2, 3, 4, ptes; cartells «obert-tancat»; un rètol «d'oferta» i una caixa per als diners.

Els botiguers tenen la consigna «secreta» d'equivocar-se en el canvi o en el preu del tiquet d'alguna família o posar d'oferta algun producte que no sigui necessari en la dieta equilibrada, «xuxes», per exemple. Hi posa el mateix preu a productes iguals, però de diferent pes o capacitat.

El botiguer o la botiguera va anotant el que compren i elabora el tiquet en el full que porten els compradors.

La compra: Preparació i joc de la compra –full llista/tiquet. Comunicació estratègies compra/venda

Mentre els botiguers preparen la botiga, les *famílies* elaboren la *llista* de la compra, decideixen qui va a comprar (dos nens a cada família), fan la llista al full; acorden quina utilització faran de les estratègies de compra/venda, el comportament a la botiga –salutació, fer cua, etc.–; així com què fa la resta mentrestant –netejar, treballar...

Els dos membres de cada família van a comprar amb un missatge comú: *comprar el necessari, el més adient, allò més bo*, a més dels condicionants de cada família.

Tant el moment de la compra com en tornar a cada família és molt divertit i enriquidor; la mestra observa com prenen decisions i com gestionen dificultats, com cada família comprova si s'ha fet bé la

compra, d'acord amb les premisses donades i com cada alumne/a defensa i justifica el rol que ha fet.

Posteriorment, quan totes les famílies han comprat es fa una coavaluació de les famílies. Un representant de cada família explicita i valora si s'ha complert l'encàrrec i ho valora. Seguidament, la resta de famílies també fan la valoració de la compra de les altres:

- Dieta variada i compliment de la llista.
- Relació quantitat preu (llegint l'etiqueta del pes o capacitat) i comparació del preu.
- Excés d'embalatge (si han fet servir *cistell o carro*, si han agafat oueres de cartró o plàstic, verdura en safates, si han comprat bosses de plàstic...).
- Comportament a la botiga.
- Respecte a les normes pactades.

Sempre surt el problema de la família que ha tingut molt poc pressupost, i s'aprofita per parlar sobre *si tothom pot comprar com nosaltres...*, per què..., és just?..., què s'hi podria fer?

Les conclusions són encoratjadores: volen continuar jugant per fer-ho millor, per tenir present les noves troballes i... perquè és divertit.

Es posa en comú el que hem après en una llista de les conclusions per fer una bona compra, i la mestra o algun nen o nena ho va escrivint a la pissarra. Algú comenta que fora bo explicar-ho a casa i contrastar quins criteris tenen en compte a l'hora de comprar els aliments i comentar el que han après a classe. A la propera sessió (última) cada alumne explica les conclusions d'aquest intercanvi amb la seva família.

El fet que l'alumnat vingui al taller d'alimentació perquè «es fan iogurts, sucs, pa, i perquè s'aprèn a comprar» és la millor avaluació que podem tenir.

34 Consum: educar ara

Botiguers

Preparen la botiga i els preus.
Un aliment té el mateix
preu en l'envàs petit que en
el gran.

Família Verd

És 20 ptes.
Els pares treballen tots dos.

Família Blau

És 25 ptes.
Els pares treballen tots dos.
Un fill és diabètic (excés de
sucre a la sang).

Família Vermell

És 5 ptes.
Els pares no tenen feina.

Família Blanc

És 20 ptes.
Els pares treballen tots dos.
Han de mantenir l'avi.

Família Taronja

És 15 ptes.
La mare treballa fora de
casa.
El pare viu fora de casa.

L'autora explica i exemplifica quatre posicions diferents en relació amb el concepte d'educació del consumidor, que segons el seu parer coexisteixen actualment: liberal, reformista, responsable i radical.

Concepcions de l'educació del consumidor (EdC)

Si bé és cert que avui dia ningú no posa en dubte la necessitat de l'EdC, no és menys cert que no sempre s'entén el mateix per aquesta forma d'educació, ni tothom li dóna el mateix significat; en els últims anys, sota el concepte d'EdC han conviscut i conviuen diferents concepcions que es tradueixen en finalitats, objectius i estratègies d'actuació diferenciats.

El 1977, la Comissió de la Comunitat Europea, per impulsar l'EdC, va assenyalar l'existència de dues orientacions diferents i complementàries; una primera, amb un enfocament més restringit, dirigit només a orientar els consumidors a prendre consciència dels seus drets i deures amb la finalitat d'aconseguir una millor adaptació racional a l'oferta del mercat; i una segona orientació amb un enfocament més ampli, orientada al fet que els ciutadans, de manera responsable, aprenguessin a prendre una postura crítica i analítica davant les qüestions de consum, tant en el pla microeconòmic com en el macroeconòmic, tot plegat amb la finalitat d'influir, a curt termini, sobre les condicions de mercat i les condicions socials, en el cas que això sigui desitjable. Per altra banda, l'associació europea de consumidors BEUC, en el seu estudi *Education du consommateur dans les écoles* (1976), va detectar l'existència de quatre posicions diferents en relació amb el concepte d'EdC, les quals va definir amb els noms

Rosa M. Pujol Vilallonga

Departament de Didàctica de la Matemàtica i les Ciències Experimentals
Universitat Autònoma de Barcelona

de liberal, reformista, responsable i radical; concepcions que, al nostre parer, segueixen coexistint en l'actualitat i que esquematitzem en la figura 1.

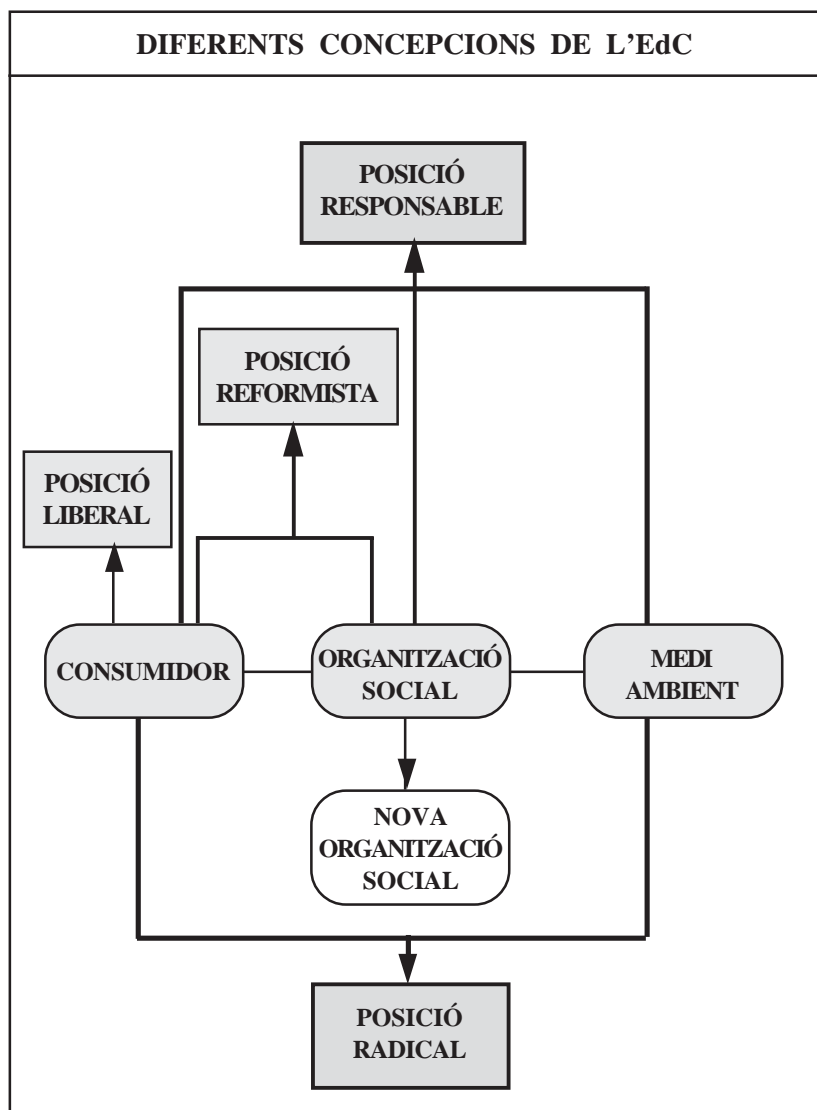


Fig. 1

La denominada *posició liberal* parteix de l'acceptació del funcionament de la societat de consum, i considera que només es dona un desequilibri entre productors i consumidors que ha de ser corregit. És un plantejament que situa l'EdC en l'àmbit individual, amb l'objectiu de dotar el consumidor d'informació i estratègies que li permetin aprendre a actuar en el seu benefici. Des del marc de l'EdC es constitueix com un instrument que només educa el consumidor en el seu dret de rendibilitzar òptimament els seus recursos al moment d'adquirir béns o serveis. Per posar un cas pràctic, representa dotar els consumidors de tots aquells elements que els permetin, per exemple, d'adquirir la millor llauna de tomàquet que ofereix el mercat, al millor preu. Tot i ser respectable, nosaltres desestimem aquesta postura perquè considerem que la recerca, únicament, de l'optimització individual dels propis recursos s'allunya d'una concepció d'individu, que és i viu en col·lectivitat, i que ha de realitzar-se en tots els àmbits possibilitant el desenvolupament dels altres; la desestimem, també, perquè considera el consum com a quelcom aliè i independent del medi ambient.

La *posició reformista* concep el consum com un aspecte rellevant des del punt de vista econòmic i social, i els consumidors com a part important del sistema econòmic. Des d'aquesta concepció no resulta adequat que els consumidors consumeixin per consumir i, consegüentment, han d'aprendre a seleccionar el que consumeixen, amb independència de la pressió del màrqueting i la publicitat. L'EdC, des d'aquest plantejament, ha de fer una anàlisi crítica de les situacions de consum i dels factors que hi intervenen, i fomentar l'adquisició de nous hàbits. Continuant amb l'exemple anterior de la llauna de tomàquet, des d'aquesta posició, l'EdC ha d'orientar el consumidor per decidir si vol o no vol comprar-la; ha de dotar-lo d'estratègies que li permetin detectar la influència que la publicitat de les diferents marques de tomàquet enllaunat exerceix sobre la seva decisió; ha d'oferir-li elements que l'indueixin a associar-se amb altres consumidors per garantir que totes les llaunes de tomàquet siguin de qualitat. És cert que, en la majoria dels casos, existeix un desequilibri entre el poder dels productors respecte dels consumidors i que els interessos dels dos grups no sempre coincideixen; es també cert que els primers acostumen a estar millor dotats d'objectius i estratègies d'actuació, posseeixen una informació i organització més bones i imposen constantment les seves regles de joc als consumidors. Si bé pensem que l'EdC ha de tenir en

compte aquest fet i formar consumidors que identifiquin i comprenguin els seus problemes i el paper que tenen en l'economia i la societat, entenem que és una opció que es queda curta, ja que implica una visió restrictiva de les vertaderes causes de la problemàtica real dels consumidors.

La *posició responsable* concep el consum com una acció individual que pertany a l'àmbit de la responsabilitat social i, ja que el consum presenta determinats problemes col·lectius no desitjables, aquests problemes l'afecten i han de ser corregits. En aquesta posició, el consumidor ha de considerar aspectes que van més enllà d'exigir l'òptima relació qualitat/preu d'un producte i un consum desmesurat i influït per la publicitat; ha de tenir en compte tot allò que relaciona l'adquisició o ús d'un bé amb el seu procés de fabricació, distribució i comercialització, amb la societat i amb el medi ambient. Des d'aquesta posició, el consumidor ha de reivindicar mesures legislatives que regulin els actes de producció i, per aconseguir-ho amb una eficàcia més elevada, ha d'associar-se. En el marc d'una posició responsable, l'EdC ha d'orientar-se per dotar el consumidor d'elements que li permetin exercir els seus drets, actuar responsablement i exercir el seu paper com a tal sense oblidar l'organització col·lectiva. Reprenent l'exemple de la llauna de tomàquet, educar el consumidor comporta, des d'aquesta posició, a més del que pretenen les anteriors posicions, dotar-lo d'elements perquè pugui analitzar i valorar els efectes socials i ambientals que es produeixen en el procés de producció, comercialització i consum del tomàquet i actuar conseqüentment, individualment i col·lectivament. La posició responsable s'insereix, plenament, en els principis que impulsen el moviment consumista i presenta importants coincidències amb el moviment social ambientalista. Així, la majoria d'organitzacions de consumidors han apostat per aquesta posició, tot i que algunes mantenen, encara, una postura reformista. Alguns autors fan una defensa d'aquesta posició considerant que, actualment, és imprescindible orientar l'EdC cap a una perspectiva que desenvolupi les habilitats necessàries per conduir els consumidors cap a una participació activa en les decisions econòmiques, polítiques i socials que afecten les seves vides quotidianes.

Consumer's International, des de les seves delegacions de Llatinoamèrica i Àfrica, aposta per una EdC transformadora de la socie-

tat, en la línia de la posició responsable. Entén que és necessari que els consumidors adquireixin una consciència crítica que els permeti diferenciar entre necessitats i desitjos per fer un ús racional dels béns i serveis que adquireixen. Pensa que cal desenvolupar la capacitat d'acció i compromís dels consumidors perquè la seva veu se senti en la societat; manifesta la importància de desenvolupar la responsabilitat social dels consumidors amb la finalitat que sàpiguen actuar amb criteri, sensibilitat i consciència de l'impacte que les seves accions tenen sobre els altres, en particular sobre els més desfavorits socialment. Planteja també la necessitat de desenvolupar la responsabilitat ecològica del consumidor perquè aquest reconegui l'impacte dels seus actes de consum sobre el medi i busqui alternatives coherents; considera bàsic el desenvolupament de l'equitat i la solidaritat com a mesures efectives per a unir forces i aconseguir que es presti atenció als interessos dels consumidors de tot el món a la recerca d'una dignificació de l'espècie humana.



Si bé sembla que es dona un ampli consens en relació amb la posició responsable, hi ha encara, però, una quarta postura de característiques molt diferents, la *posició radical*. Aquesta, a diferència de l'anterior, parteix de la premissa que el consum i els problemes a ell associats són el resultat de l'estructura econòmica i política de l'actual societat, generadora de desigualtats, ja que permet l'explotació de la majoria a mans d'una minoria, i provocadora de greus desequilibris ambientals. Educar els consumidors, des d'aquesta posició, implica partir de l'anàlisi global on el consumidor adquireixi consciència del seu paper social i del seu poder polític per canviar la societat; no fer-ho equival a anar posant pedaços sense afrontar el problema de fons de la societat de consum i de la problemàtica del consumidor. Des d'aquesta perspectiva, l'EdC està íntimament entrelaçada amb l'acció social i política; consum i consumidor només són comprensibles

des d'una esfera global i això comporta necessàriament veure com tots dos incideixen en totes les societats, en tots els individus i en el medi ambient, que forma un tot conjuntament amb l'anterior. Des de la postura radical es defensa una EdC que eduqui per a una acció responsable i transformadora, que estimuli l'adquisició d'una consciència crítica, la capacitat de decisió i compromís, la responsabilitat social i ecològica.

Davant un model de consum que sembla enfortir-se cada vegada més i aguditzar els problemes socials i ecològics, la posició radical aporta nous elements per a una EdC que han de tenir-se en compte. Des d'aquesta perspectiva, els consumidors de començament de segle no poden pensar que ja no hi ha solucions estructurals possibles que ofereixin un model alternatiu i diferent del regnant; han d'avançar individualment i col·lectivament en l'exercici conscient i responsable del seu poder no sols social, sinó també polític; l'èxit no està a competir per guanyar els altres, sinó a aprendre a competir per guanyar amb els altres i gràcies als altres, cosa que, sens dubte, pot contribuir a l'EdC.

Una EdC en aquesta línia entronca amb una concepció educativa que entén la realitat i el coneixement com un producte històric, com un constructe social, de manera que qualsevol situació del moment és el resultat de la forma d'actuar d'aquells que han posseït el poder; constitueix un resultat que podia haver estat diferent i, conseqüentment, pot corregir-se i canviar la situació present. Se situa, doncs, en la línia d'una concepció crítica de l'educació.

«El propòsit d'aquest article és acompanyar les reflexions fetes des de la pràctica docent amb altres reflexions des del punt de vista de la ciutadania i de l'anomenada economia social.»

Consum, democràcia i economia social

Fa anys que a les escoles i als instituts es practica l'*educació del consumidor* o, si més no, que la recullen les programacions i els dissenys curriculars oficials. El propòsit d'aquest article és acompanyar les reflexions fetes des de la pràctica docent amb altres reflexions des del punt de vista de la ciutadania i de l'anomenada *economia social*, que de vegades també es coneix com a *tercer sector* i fins i tot com a *sector associatiu*, si bé potser aleshores no es vol dir ben bé el mateix.

**Carles
Martínez
Echalar**

Consum i ciutadania

En aquest inici de segle marcat per una interdependència global creixent, per grans desigualtats socials, per la degradació temerària del medi encara en ascens, per alarmes consecutives quant a la salubritat de l'alimentació i, ara mateix, pels sentiments d'inseguretat i de venjança aixecats per l'atemptat contra les Torres Bessones de Nova York, la qüestió del consum té molt a veure amb la viabilitat d'una societat global més equitativa, més solidària i més democràtica.

L'exercici de la ciutadania democràtica és, ara més que mai, indestriable de l'actuació com a persones consumidores responsa-

bles. No podrà haver-hi un canvi social mentre continuem donant suport, amb les nostres decisions de consum, a les pràctiques socials, econòmiques i ambientals de les quals diem estar en contra. Dit d'una altra manera, el sistema econòmic mundial es basa en la complicitat dels consumidors, molt especialment la dels consumidors-ciutadans dels països de la «cara il·luminada de la Lluna», de l'anomenat món desenvolupat, on difícilment acceptarem substituir la comoditat del cotxe particular per la racionalitat del transport públic, o reduir dràsticament la dieta de carn, o renunciar a unes vacances assequibles enllà dels mars gràcies a l'ús de combustibles fòssils irracionalment barats, o a gaudir de mobles de disseny suec fabricats a baix preu a països amb mà d'obra barata, per dir-ho d'una manera púdica.

Doncs bé, les injustícies i les irracionalitats del sistema econòmic global no es podran evitar o reduir si no canvia la manera de consumir dels ciutadans, si els ciutadans-consumidors no ens rebel·lem contra aquest estat de coses i no adquirim consciència del nostre poder polític com a tals per canviar la societat (Pujol, Rosa M. 2000).

La col·laboració entre empreses i consumidors és indispensable, és clar. Les empreses no poden sobreviure si no hi ha algú que en consumeixi els productes o n'utilitzi els serveis. Del que es tracta és de fer donar la volta a, o si més no equilibrar, la relació actual de predomini del productor sobre el consumidor. Això no és fàcil ni senzill, però és l'única via possible cap a una societat global més justa. De fet, les decisions diàries de consum, les opcions quotidianes a favor o en contra de determinats productes o serveis, a favor o en contra de determinades empreses o grups multinacionals, poden arribar a ser més determinants que el fet d'optar, cada quatre anys, entre els partits que concorren a unes eleccions. Sobretot si aquest exercici de responsabilitat es fa en comú i de manera coordinada amb altres ciutadans-consumidors.

Les accions i les campanyes relacionades amb el consum i amb productes de consum, com ara les xarxes de comerç just, els boicots contra fabricants poc respectuosos amb els drets humans, o els fons d'inversió ètics, són exemples d'actuació ciutadana i d'exercici de la democràcia més enllà dels canals instituits de la democràcia purament representativa. No és cap casualitat que, a les darreres eleccions presidencials als Estats Units, el tercer candidat fos Ralph Nader, líder

de l'associació de consumidors *Public Citizen*,¹ la mateixa que, pocs anys abans, havia aixecat la llebre de les negociacions semisecretes d'un acord multinacional sobre inversions (AMI) que hauria debilitat encara més els països pobres davant de les poderoses empreses multinacionals. L'acció de *Public Citizen*, la va recollir a França *Le Monde Diplomatique* (quan es gestava l'organització ATTAC²), la pressió de l'opinió pública francesa va fer que el govern francès es retirés de les negociacions, i el projecte d'acord va quedar interromput.

Sigui com sigui, l'associació de ciutadans en tant que consumidors és una de les eines necessàries per a la transformació social, per a la millora de la societat. A Catalunya, en el transcurs del segle passat, hi va haver una tradició molt forta d'associació de consumidors: les cooperatives de consumidors, molt relacionades amb el moviment obrer fins a l'any 1939. La derrota en la guerra civil i la dictadura franquista primer, i les transformacions recents en les estructures comercials després, van debilitar extraordinàriament aquesta tradició, però no la van destruir, i ara existeix un conjunt de cooperatives, consumidors organitzats, aplegades a la Federació de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya, FCCUC, que junt amb altres organitzacions de consumidors participen en el moviment de defensa dels consumidors.

Les cooperatives han tingut un paper en l'extensió de l'educació del consumidor, però abans de parlar-ne cal fer esment de les implicacions, per a una societat democràtica, de la pràctica empresarial basada en el principi del dret de les persones a prendre part en les decisions que les afecten.

Democràcia econòmica

Un dels problemes, quant al futur de la democràcia, és que els límits i insuficiències de la democràcia representativa esdevenen més i més flagrants com més avança la globalització. El *dèficit democràtic* és ja un tòpic quan es parla de la Unió Europea. I és cada cop més clara la necessitat d'un govern mundial, d'una ONU enfortida, que no pugui ser

1. És recomanable una visita al web: www.citizen.org

2. Hi ha propostes interessants a www.local.attac.org/attac95

44 Consum: educar ara

humiliada per cap potència hegemònica, per molt que aquesta potència s'autoproclami dipositària dels valors democràtics, o per un club reduït de països rics que es creuen amb el dret de decidir per la resta del món. Les mobilitzacions contra la globalització ultraliberal que es varen iniciar la tardor de 1999 a Seattle, les últimes de les quals van tenir lloc a Barcelona i a Gènova, ho posen de manifest. Ara bé, no es poden copsar les dimensions reals d'aquest *dèficit* si no es té en compte que un àmbit importantíssim, el món de l'empresa, està pràcticament exclòs de la pràctica democràtica. La democràcia s'atura a les portes de les empreses.

Totalment? No, no del tot. Com al poblet gal de l'Astèrix, queda un reducte on, en major o menor grau, les persones que prenen part en una activitat econòmica tenen reconegut, i l'exerceixen, el dret a intervenir en les decisions que les afecten. Són les empreses de l'economia social: les cooperatives, les societats laborals i associacions en general. Especialment les cooperatives, perquè la seva definició, nascuda dins del moviment obrer anglès del segle XIX, és una manifestació radical de democràcia econòmica: presa de decisions sobre la base d'una persona, un vot, distribució de resultats en proporció al treball o a l'ús, no al capital.

El fet que una empresa sigui una cooperativa, que en tingui la forma, no és una garantia absoluta que funcioni d'una manera perfectament democràtica. Una resposta inadequada a la pressió ambiental que exerceix la competència en un mercat en què la majoria d'empreses són empreses mercantils, basades en el capital i en la recerca del benefici com a objectiu principal, pot contribuir a reduir la pràctica democràtica a les empreses cooperatives. Però fins i tot en aquest cas, la potencialitat democràtica de les cooperatives continua sent clara. I és lògic que les cooperatives, juntament amb societats laborals, mutualitats, etc., se sentin pròximes al moviment de transformació i



d'oposició al capitalisme global, per tal com són el principal camp d'experimentació d'alternatives empresarials per a una nova societat postcapitalista (Garcia, J.; Via, J.; Xirinacs, L. M., 2001).

D'altra banda, les cooperatives no són l'única manifestació de democràcia econòmica. El dret de cada persona a intervenir en la gestió de l'empresa on esmerça una bona part del seu temps, de la seva vida, és una reivindicació antiga del moviment obrer i sindical sota noms diferents: consellisme obrer, autogestió, etc. La història és plena d'episodis en què aquest dret s'ha intentat posar en pràctica. El més pròxim a nosaltres és el que van representar les col·lectivitzacions que seguien la revolta militar de juliol de 1936. El context de la guerra civil no afavorí gens l'experiència, i la derrota de 1939 la liquidà definitivament. Altres referents històrics, de signe i resultats molt diversos però mai gaire engrescadors, han estat l'autogestió iugoslava, la cogestió a la República Federal Alemanya, i nombroses experiències actuals als Estats Units de participació dels treballadors en la propietat i en la gestió de les empreses. En el moment actual, l'evolució de l'economia capitalista, la introducció de formes d'organització industrial diferents del taylorisme clàssic, sobretot a partir del Japó, permet anticipar la possibilitat de canvis importants. Es pot trobar una reflexió respecte a aquest aspecte, molt completa i a fons, en un llibre recent de Fernández Steinko (2000), que conté també propostes interessants relacionades amb el consum (p. 208).

No és aquest el lloc ni el moment de parlar més a fons de la participació dels treballadors en la gestió democràtica de les empreses. Però calia fer aquest esment per situar la qüestió del consum en el context del problema global de la democràcia, que és inseparable de la democràcia a les institucions econòmiques, tant des del punt de vista dels ciutadans-consumidors en general, com dels treballadors a les empreses.



L'educació dels consumidors i l'economia social

Tampoc no és estrany, doncs, que, a la península ibèrica, hagin estat les cooperatives de consumidors unes de les organitzacions que, durant els darrers vint-i-cinc o trenta anys, més esforços han destinat a la promoció de *l'educació del consumidor*, seguides pels organismes autonòmics amb competències en matèria de consum.

La pionera indiscutible va ser la cooperativa Eroski, quan encara era lluny de les seves dimensions actuals i es circumscrivia al País Basc. La cooperativa valenciana Consum ho va fer poc després. A Catalunya, la iniciativa la va prendre la mateixa Generalitat, quan Pere Carbonell i Fita n'era Director General de Comerç, amb l'edició de *L'educació per al consum a l'escola* (1983) i un programa experimental en què van participar un bon grup d'escoles. Més tard n'han fet nombroses accions tant l'Institut Català del Consum, com les OMIC i OCIC (Oficines Municipals o Comarquals d'Informació al Consumidor) i algunes cooperatives agrupades a la ja esmentada FCCUC. Especialment la cooperativa Abacus, la qual va promoure la creació d'un seminari d'educació del consumidor a l'Associació de Mestres Rosa Sensat i ha estat oferint programes d'activitats a les escoles, és una referència indubtable en l'àmbit dels subministraments escolars i pot tenir un paper important en la promoció del consum responsable.

Les cooperatives en la seva pràctica diària, i molt especialment aquelles que integren consumidors i treballadors, són un instrument potencial per a l'extensió de pautes de consum racionals i conseqüents amb l'objectiu d'una societat equitativa i sostenible, tant a través de l'àmbit escolar com d'accions amb els consumidors adults. Seria una llàstima no aprofitar-lo.

Bibliografia

- FERNÁNDEZ STEINKO, Armando. *Democràcia en la empresa*. Madrid: Ediciones HOAC, 2000.
- GARCIA, J.; VIA, J.; XIRINACS, L. M. *La dimensió cooperativa*. Barcelona: Icària, 2001.
- PUJOL, Rosa M. «Necessitat i concepte de l'educació del consumidor (EdC)», a: *Nexe, quaderns d'autogestió i economia cooperativa*, n. 5, gener de 2000.



Bibliografia complementària*

Articles publicats a la revista *Perspectiva escolar*

«Els eixos transversals: una reinterpretació del currículum» [Monogràfic]. En: *Perspectiva escolar*, n. 243 (març 2000), p. 2-57

FUNDACIÓ TERRA. «El Factor 4». En: *Perspectiva ambiental*, n. 13 (setembre 1998), p. 1-24

*Biblioteca
Rosa Sensat*

Llibres i revistes

ALSINA, Claudi; FORTUNY, Josep M. *La matemàtica del consumidor: taller de educació del consumidor*. 2a ed. Barcelona: Institut Català del Consum, 2001

Alimentación y consumo. Madrid: Anaya/Alauda, 1995 (Hacer reforma)

ÁLVAREZ MARTÍN, M. Nieves. *Explorando que es consumo: educación primaria*. [Santander]: Gobierno de Cantabria. Consejería de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, 1998

ÁLVAREZ MARTÍN, M. Nieves. «Jóvenes consumidores en el siglo XXI». En: *Cuadernos de pedagogía*, nº 292 (junio 2000), p. 32-36

ÁLVAREZ MARTÍN, M. Nieves. «La ludoteca de los sentidos». En: *Infancia*, nº 49 (mayo/junio 1998), p. 21-23

Los bienes duraderos: monográfico de educación del consumidor. Madrid: Instituto Nacional del Consumo, 1993 (Material didáctico; 9)

BRÉE, Joël. *Los niños, el consumo y el marketing*. Barcelona: Paidós, 1995 (Paidós Comunicación; 71)

* Selecció de documents que podeu trobar a la biblioteca de Rosa Sensat.

- Campaña educativa: jóvenes como tú.* Madrid: Departamento de Sensibilización: Entreculturas: Fe y alegría: Fundación para la Educación y el Desarrollo de los Pueblos, 2000
- Come y calla – o no: incidir en el sistema a través del consumo.* Barcelona: Icaria, 2000 (Más madera; 22)
- COMÍN, Pilar; FONT, Bet. *Consumo sostenible: preguntas con respuesta.* Barcelona: Icaria, 1999 (Milenrama; 8)
- CONGRÉS EUROPEU PER A L'ORIENTACIÓ I PROTECCIÓ DELS CONSUMIDORS (1: 1993: Barcelona). *Congrés europeu per a l'orientació i protecció dels consumidors.* Barcelona: OCUC, 1993
- L'educació a l'escola de les persones consumidores: el joc i la joguina proposta de treball per a l'educació infantil i primària.* Rosa M. Pujol Vilallonga (coord.). Barcelona: Rosa Sensat, 1998 (Dossiers Rosa Sensat; 57)
- L'educació del consumidor.* Barcelona: Generalitat de Catalunya. Dep. d'Ensenyament, 1995 (Eixos transversals; 4)
- L'educació del consumidor: els aliments: proposta de treball per a l'educació infantil.* Rosa M. Pujol Vilallonga (coord.). Barcelona: Rosa Sensat, 1994 (Dossiers Rosa Sensat; 49)
- L'educació del consumidor: el paper: proposta de treball per a l'educació infantil.* Rosa M. Pujol Vilallonga (coord.). Barcelona: Rosa Sensat, 1995 (Dossiers Rosa Sensat; 53)
- «Educació per al consum». En: *Escola catalana*, n. 359 (abril 1999), p. 6-30
- «La educación consumerista en el aula» [Monogràfic]. En: *Aula de innovación educativa*, nº 47 (febrero 1996)
- «Educación para el consumo» [Monogràfic]. En: *Comunidad educativa*, nº 245 (noviembre 1997), p. 9-26
- «Educar a los consumidores para el siglo XXI» [Monogràfic]. En: *Aula de innovación educativa*, nº 92 (junio 2000), p. 33-57
- «Educar per al consum». En: *Estris*, n. 82 (desembre 1995)
- Entre poc i massa: el joc del mercat mundial.* M. Pilar Royo Magallón (ed.), Olga Ródenas Cobo (ed.). Barcelona: Icaria, 1999
- GASCÓN BAQUERO, M. Carmen; PÉREZ CALVO José M. «Desmárcate de las marcas». En: *Cuadernos de pedagogía*, nº 257 (abril 1997), p. 28-31
- Guia educativa per al consum crític: materials per a una acció educativa Sud-Nord efectes socials i ambientals del consum.* Barcelona: Icaria: Sodepaz, 1998
- Guia per al consum responsable de joguines.* Barcelona: Icaria, 1998
- HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Ángel. «Una experiencia de educación para el consumo». En: *Aula de innovación educativa*, nº 69 (febrero 1998), p. 66-68
- «Los jóvenes en la sociedad de consumo» [Monogràfic]. En: *Entrejóvenes*, nº 43 (mayo 1996)

- MORÓN MARCHENA, Juan Agustín. *Nuevas demandas de la sociedad actual: educación para la salud y educación para el consumo*. Sevilla: GIPDA (Grupo de Investigación «La Profesión docente andaluza»): Kronos, 1998
- MUÑOZ MORCILLO, M. Adela. «Propuesta de un modelo de trabajo: Salud-Consumo: alimentación e información». En: *Alambique*, nº 11 (enero 1997), p. 103-108
- PALLISERA, Maria; FULLANA, Judit; GISPERT, Esther. «L'educació del consumidor: una experiència de formació d'educadors». En: *Guix*, n. 207 (gener 1995), p. 71-75
- Pedagoteca*. Madrid: Red de educación del consumidor, 1998
- PUJOL VILALLONGA, Rosa M. *Educación y consumo: la formación del consumidor en la escuela*. Barcelona: Universitat de Barcelona. ICE: Horsori, 1996 (Cuadernos de educación; 19)
- PUJOL VILALLONGA, Rosa M.; GONZÁLEZ, M. Carmen. *Ètica i consum*. Vic: EUMO, 1993 (Senderi: quaderns d'educació ètica; 6)
- Què cal saber?: guia del consumidor*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Dep. d'Indústria, Comerç i Turisme, 1999
- Reciclo, construyo, juego y me divierto: una propuesta interdisciplinar para la Educación del Ocio, el Consumo, el Medio Ambiente y la Educación Física*. Esther Gargallo Ibort (coord.), Ana Ponce de León Elizondo (coord.). Madrid: CCS, 1999 (Materiales para educadores; 31)
- Tema transversal: educación para el consumo y el medio ambiente guía de recursos para profesores y profesoras nivel secundaria*. Madrid: Manos Unidas, 1995

NOVETATS

PROBLEMATES. Recull de problemes matemàtics per a totes les edats

LLUÍS SEGARRA

Passeu-vos-ho bé amb els problemes matemàtics i gaudiu dels enigmes sense posar-vos barreres, és molt bo per a la salut i la higiene mental. Divertir-se és una teràpia, ens posa en forma per lluitar quan hem de realitzar tasques avorrides.

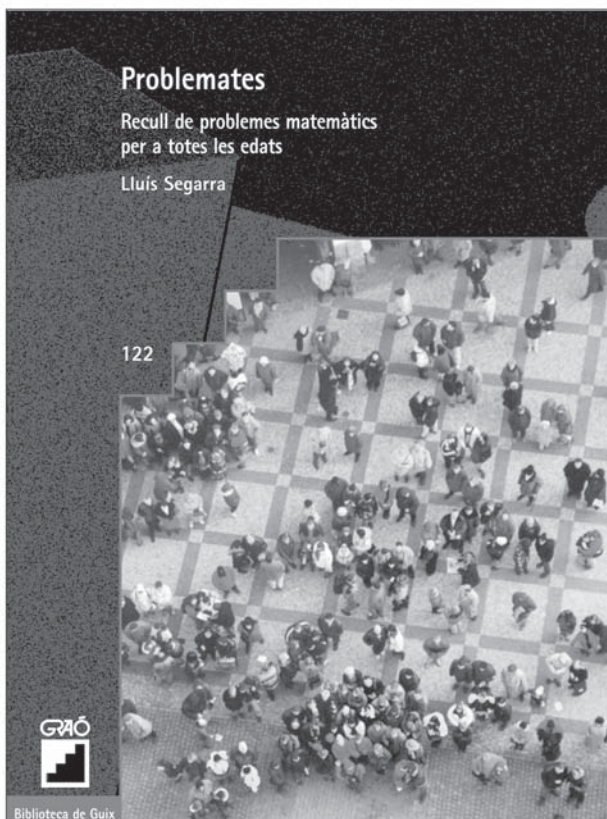
Per molta gent, les matemàtiques són un recull de fórmules i operacions inintel·ligibles. El llibre que teniu a les mans vol demostrar les meravelles d'aquesta ciència.

A més a més, els nostres enigmes enfortiran aquest enginy amb altes dosis d'humor.

Els problemes matemàtics són l'aliment de les neurones: Us proposem fer una autèntica gimnàstica mental amb una flaire de divertiment.

De ben segur que tots, petits i grans, en gaudireu.

PROBLEMILLAS: 30 PROBLEMAS DE MATEMÁTICAS PARA LOS MÁS PEQUEÑOS • 100 ENIGMAS PARA RESOLVER • 53 PROBLEMAS DE GEOMETRÍA • 44 PROBLEMAS DE LÓGICA • 36 PROBLEMAS CLÁSICOS • CADA APARTADO ACABA CON UN CUADRO RESUMEN.



150 pàg. 1.795 PTA / 10,79 †



C/ Francesc Tàrraga, 32-34 08027 Barcelona
A/e: amacias@grao.com Telèfon: 934 080 464



Una merescuda distinció per a Maria Antònia Canals

Claudi Alsina i Català

Enguany el Govern de la Generalitat de Catalunya ha atorgat la Distinció Jaume Vicens Vives a la Qualitat Docent Universitària a la nostra amiga Maria Antònia Canals. El lliurament d'aquesta distinció es va fer en el transcurs de la inauguració oficial de la Universitat de Girona el passat 4 d'octubre.

La Distinció Jaume Vicens Vives és una menció creada el 1996 amb l'objectiu de reconèixer i incentivar la qualitat docent en el nivell universitari. Cada curs les universitats públiques catalanes proposen un/a candidat/a a la Distinció al Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació, i el Departament a través del seu conseller eleva la proposta del guanyador/a al Govern de la Generalitat. En edicions anteriors, han rebut aquesta distinció els professors Francesc Xavier

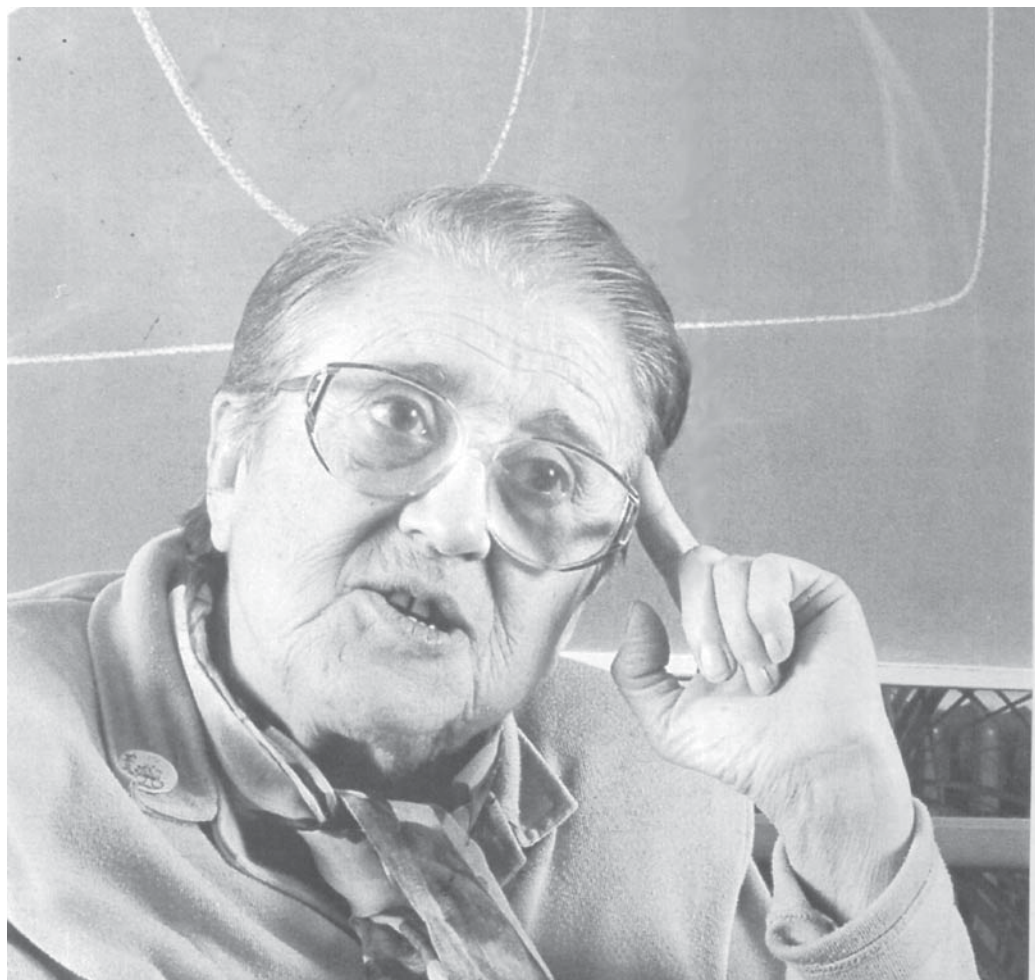


Foto: Josep M. Oliveras (Revista de Girona, n. 193, març-abril 1999).

Barà (UPC), Cristòbal Mezquita (UB), Octavi Fullat (UAB), el sotasignat Claudi Alsina (UPC) i Enric Lluch (UAB).

No és casualitat que M. Antònia Canals hagi rebut ara, junt amb aquesta Distinció, d'altres reconeixements i homenatges. M. Antònia Canals no sols ha fet com a

professional de l'educació matemàtica importants contribucions a la innovació i la didàctica d'aquesta disciplina a nivell d'infantil, parvulari i primària sinó que ha sabut formar, projectar i compartir amb milers de mestres les seves idees i experiències. Vinculada a la creació de Rosa Sensat, la seva presència constant arreu

de Catalunya a cursos, escoles d'estiu, jornades, etc. i el seu lideratge de grups de treball han fet possible que, a més de les seves aportacions escrites, s'hagi pogut gaudir sempre del seu mestratge directe.

Crec, sincerament, que entre les virtuts més destacables de M. Antònia Canals hi trobarem la seva dedicació, la seva obertura d'idees i la seva autenticitat, virtuts que l'empenyen a una decidida aposta activa per l'educació. Sovint en l'àmbit universitari es presta més atenció a la confecció d'un *currículum vitae* teòric i tècnic que a l'exercici actiu de transmetre coneixements i entusiasmes. Si bé en determinades professions l'estricta teorització pot ser entenedora, en el cas de l'educació necessàriament cal unir reflexió i pràctica, pensament i engrescament. En educació no podem renunciar mai a intentar canviar i influir positivament en els alumnes que volem educar, o com diu M. Antònia Canals «el repte d'anar-nos fent el nostre

propi mètode, no d'ensenyar sinó de fer possible que els nens i les nenes aprenguin de veritat».

En el seu magnífic darrer llibre (*Viure les matemàtiques de 3 a 6 anys*. Col. Temes d'infància, 35. Barcelona: Rosa Sensat, 2000) M. Antònia Canals, després de mostrar als mestres d'infantil i parvulari què caldria fer de matemàtiques i com fer-ho, acaba l'obra amb la frase «Els nens i nenes del nostre país, i tots els nens i les nenes del món, necessiten que ho fem així». Ells i elles seran els grans beneficiaris últims de la feina de M. Antònia Canals formant mestres. Això és un veritable compromís amb l'educació de la gent i amb el futur del país. I per això tots celebrem i considerarem ben merescuda aquesta Distinció que esperem incentivi M. Antònia Canals a no deixar mai la seva tasca.

Barcelona, 11 d'octubre de 2001

A Cerdanyola, des de fa deu anys, es duu a terme un model d'extensió lectora que té per objectiu crear l'hàbit lector i crear l'ambient social adequat per desenvolupar els hàbits de lectura. Amb recursos humans i materials, i definint estratègies, han aconseguit grans avenços.

Cerdanyola, un model municipal d'extensió lectora

Francisco Rincón

Director del Projecte ELE

Ara fa deu anys, a Cerdanyola es va començar un model d'extensió lectora que, després d'una sèrie de proves, s'ha consolidat i comença a insinuar respostes interessants. I diem respostes, més que no pas fruits o fets, perquè creiem que el problema fonamental de la lectura avui són les incerteses, més que la manca d'actuacions concretes. El camí de la lectura està minat de preguntes. És difícil avançar-hi perquè hi ha massa coses que no veiem clares en aquest camp. Allò que ens immobilitza no és només la dificultat que ens presenten els objectius, que és molt gran, sinó sobretot la falta de claredat en aquests objectius i els mitjans. No sabem com s'aconsegueix de formar un lector, ni a on el volem portar, quin tipus de llibres ha de llegir, quins camins ha de seguir per arribar a ser-ho, quina és la funció de l'escola i la de la família en la formació dels hàbits de lectu-

ra, quina proposta ha de fer la literatura en aquest procés.

El conjunt dels problemes de l'extensió de la lectura té lloc en dos àmbits fonamentals, molt relacionats entre ells, davant els quals cal tenir algunes respostes per poder crear estratègies i recursos concrets. Es tracta de l'àmbit individual del context social de la lectura. El primer d'aquests aspectes es refereix a la creació de l'hàbit lector en els individus. És a dir, com aconseguir no solament que els alumnes llegeixin alguns llibres a l'any, sinó que a través d'aquestes lectures es formin com a lectors i s'acostumin a llegir. L'assumpte és complex i comporta el tractament d'una sèrie de situacions en les quals ha de fer-se l'aprenentatge de la lectura. Coses com: què han de llegir els nens a cada edat; com ha de plantejar-se el progrés de la qualitat lectora; què es tracta d'aconseguir quan pretenem formar-los com a lectors; quant i com i què se suposa que llegeix un lector format. Sense una solució, almenys raonable, ni que sigui provisional, a aquestes i d'altres qüestions similars és molt difícil orientar la formació dels alumnes en aquesta faceta.

El segon aspecte és la creació d'un ambient social adequat per al desenvolupament dels hàbits de lectura. Un dels elements decisius en la formació de l'hàbit de llegir és l'ambient familiar i social en què el nen es mou. Un infant amb una família en la qual el llibre es troba present d'una manera habitual té moltes més probabilitats que s'acostumi a llegir que no pas un altre que visqui en un context sense llibres.

Aquesta influència social és decisiva, i tan gran la dificultat per influir en els hàbits culturals familiars que molts educadors es resignen a aconseguir només que el nen llegeixi en el període escolar uns quants llibres, valent-se dels recursos que calgui, sense més pretensions. El context social pertany a un àmbit de la cultura en el qual l'escola té molt poca influència directa. Per tant, és molt complicat intentar un canvi que només s'aconsegueix a través de períodes, mitjans i recursos més amplis i massius. Això no obstant, és fonamental la pressió del context perquè la modificació dels hàbits permeti l'adopció d'altres costums i altres valoracions als més joves. L'experiència en aquest aspecte resulta molt difícil, però com diu Carlo Cipolla, «no és fàcil analitzar el conjunt de motius que indueixen a una societat a instruir de manera adequada els seus membres. De tota manera, sí que és fàcil provar que si una societat fracassa en aquesta empresa, està fatalment condemnada a la ruïna».¹ A continuació, al voltant d'aquests dos aspectes generals estructurarem les possibles aportacions que el model desenvolupat a Cerdanyola, el qual hem anomenat «municipal» pel seu àmbit d'aplicació, ofereix sobre la lectura.

Primer aspecte: el costum de llegir

Per formar lectors, una cosa tan important com aconseguir que els infants llegeixin és que ho facin d'una manera

1. *Educación y desarrollo en Occidente*. Barcelona: Ariel, 1970.

adequada i amb una freqüència suficient perquè aquesta activitat es transformi en un costum, en un hàbit. S'ha escrit molt sobre les característiques que han de tenir les lectures del nen perquè arribin a crear-li hàbit. L'interès, la bona comprensió, la llibertat d'elecció, la presentació amena, el llenguatge adaptat, el tema d'actualitat per a ell, la proximitat dels personatges, són aspectes variats que fan atractiva la lectura i, per tant, afavoreixen que vulgui repetir l'experiència. No són tan explícites les experiències i directrius sobre el nombre d'hores o la quantitat de llibres que s'han de proposar per orientar la formació de l'hàbit de la lectura. L'escola francesa té dues hores a la setmana dedicada a la lectura. La proposta del gabinet de Blair inclou «l'hora del silenci», la qual es dedica exclusivament a la lectura. Entre nosaltres no hi ha res generalitzat en aquest sentit. La lectura és un tema que queda a la discreció del professor, tant en el temps de dedicació com en la forma de fer-la, i amb els recursos exclusius de l'aula.

A Cerdanyola, bo i respectant la llibertat dels col·legis i professors, es va partir d'una proposta inspirada en la fórmula habitual d'adquisició d'un hàbit: la repetició de l'acte al qual ens volem acostumar. Quant de temps s'ha de dedicar cada dia a la lectura perquè aquesta activitat es transformi en un costum? Quants llibres ha de llegir una persona perquè adquireixi l'hàbit de llegir? Si un nen dedica quinze minuts diaris a la lectura, vol dir que al cap de la setmana escolar haurà fet setanta-cinc minuts de lectura, i tres-cents minuts al mes. El ritme mitjà del lector, amb un llibre

adequat a la seva edat i capacitat, és d'una pàgina per minut. Això fa que quinze minuts diaris de dedicació a la lectura permeti sobradament la lectura d'un llibre al mes. Sobre aquesta hipòtesi es va fer el projecte, es van plantejar els seus objectius i es van buscar els recursos per a assolir-los.

En línies generals, l'objectiu operatiu del projecte va ser aconseguir que els nens de Cerdanyola llegissin durant el període d'ensenyament obligatori cent llibres, de la manera més lliure i motivada possible. Això representa la lectura de deu llibres a l'any durant deu anys. És a dir, un llibre cada més, des del començament de la seva vida lectora fins a l'acabament de l'ensenyament obligatori. D'aquesta manera s'impulsa la formació de l'hàbit de la lectura, s'estimula la consecució de tots els beneficis culturals, socials i econòmics vinculats al fet de la formació dels lectors i els beneficis escolars derivats de la lectura: fluïdesa verbal, comprensió lectora, capacitat crítica, aproximació al llibre, diversitat cultural, amplitud d'idees i plantejaments, perspectives personals més àmplies. L'establiment de l'objectiu i el temps necessari per aconseguir-lo ha d'anar acompanyada dels recursos necessaris perquè aquesta lectura resulti una experiència el més estimulante possible, i d'aquesta manera es reforci l'adquisició de l'hàbit. Si s'aconsegueix que els infants llegeixin amb gust un llibre al mes, durant deu anys, és molt possible que després continuïn llegint.

L'objectiu de llegir deu llibres a l'any, entre els sis i els setze anys, amb una motivació suficient, ha impulsat una sèrie



de recursos molt diversos, d'acord d'una banda, amb l'edat del nen, amb el nivell lector, la capacitat comprensiva, les necessitats docents i l'interès temàtic canviant; i de l'altra, amb la necessitat paral·lela d'educar-lo com a lector, és a dir, d'ajudar-lo no solament en la lectura d'un nombre de llibres determinat, sinó procurar que a través d'aquests llibres cultivi una exigència de qualitat, maduri la seva valoració i creixi com a lector, no solament quantitativament, sinó sobretot qualitativament. Per aconseguir aquests objectius, es van provar molts recursos, i hom continua provant-ne d'altres, a partir dels quals s'han aconseguit resultats que permeten ser optimistes en un tema, el de la lectura, en el qual la valoració general no sol ser gaire positiva.

La mitjana de lectura de l'alumnat de Cerdanyola és ara mateix de quasi cinc llibres per any i nen –la mitjana europea no arriba a tres llibres i l'espanyola és d'un escàs. Tot i que el projecte va començar fa deu anys, la seva generalització no s'ha assolit fins en fa cinc a la primària, i encara no s'ha implantat del tot a la secundària, on es va iniciar només fa dos cursos. És a dir, que dels aproximadament cinc mil alumnes que se situen a l'ensenyament obligatori el projecte n'atén uns quatre mil. Això implica la pujada de més de mig punt per any, de mitjana, als centres d'aplicació –i de quasi un punt, en els deu anys en el conjunt de la població. Es tracta d'una acceleració molt significativa si es té en compte que el nivell lector general, per descomptat més lent

que l'escolar, puja aproximadament un punt cada cent anys.

El procediment que es proposa és el seguiment intensiu del nen –des del punt de vista lector– des que inicia la seva vida escolar fins a l'acabament de l'ensenyament obligatori, com a mínim. En aquest període es proporcionen al nen llibres, elegits i variats, i estímuls adequats al seu nivell. Aquests estímuls són de dos tipus. Els recursos més importants són els humans. Els llibres arriben sistemàticament a les aules acompanyats per autors, il·lustradors, narradors de contes i animadors de lectura. Persones que, per la seva relació i compromís amb el llibre, tenen possibilitats de contagiar el seu interès per aquella obra. L'impacte de l'autor en els infants és sorprenent. Amb ells, els llibres agafen un rostre, s'humanitzen. La il·lustradora ensenya una altra forma de lectura, no solament d'imatge, sinó amb la imaginació. Els seus dibuixos arriben a ser l'encarnació creativa de tot el procés lector. Els animadors i narradors de contes són prototips del gaudiment de la lectura. Els adverteixen, els prevenen, els inciten. L'acció combinada i persistent de tots plegats produeix una funció d'arrossegament i contagi duradors.

El segon tipus de recursos, que es posen en joc progressivament, pertany al camp del reconeixement del lector com a tal, i del seu progrés. Els títols de prelector, lector mitjà, lector superior i lector especialitzat, acompanyats pels respectius diplomes i punts de llibres de colors, sancionen en el transcurs del seu desenvolupament esco-

lar els avenços lectors del nen. Tot això –llibres, nivell, diplomes– queda recollit en una espècie de diari de lectura progressiu, que constitueixen els «Quaderns Arc de Sant Martí», els quals canvien de format i color cada cicle escolar, fins a completar el nombre de set (s'hi inclouen, al costat dels tres cicles de primària i els dos de l'ESO, un per al període infantil i un altre per al batxillerat). Tot això no seria possible sense la profunda col·laboració dels mestres. La seva valoració prèvia amb l'autor que ve a visitar-los, la utilització dels recursos que la il·lustradora suggereix, la potenciació de les línies de comprensió que l'animador obre i la dinamització dels llibres que tots plegats aporten a la classe són essencials per al funcionament i el progrés lector. Per això, l'oferta als centres és generosa i estimulante, però totalment lliure. És a dir, no més el centre que la demana i la reclama rep l'ajuda que s'ofereix.

Segon aspecte: el context de la lectura

Un dels aspectes més descoratjadors pel que fa a l'extensió lectora és la necessitat de canviar la mentalitat dels nens per transformar-los en lectors. És molt difícil que un infant d'un context social –la majoria dels alumnes, si tenim en compte les estadístiques– es transformi en lector, quan l'ambient general no afavoreix gens aquest canvi. Davant d'aquesta situació, l'escola i el mestre solen reaccionar de l'única manera possible en aquestes circumstàncies: procurar que el nen provi, d'una manera o altra, el menjar selecte que és el llibre i confiar que se'n senti atret. Els

objectius i recursos que porten des de l'aprenentatge de la lectura (la descodificació) a la lectura comprensiva i l'hàbit de la lectura es compliquen i sembla que perden efectivitat a mesura que passen els cursos i l'alumne progressa en els estudis, coneixements i maduresa personal. La lectura restringeix cada vegada més la seva presència en la programació i passa de ser el centre de preocupació, al començament de l'escolaritat i bona part de l'ensenyament primari, a concentrar-se en un aspecte tangencial d'algunes matèries, com la llengua i la literatura, en la secundària i el batxillerat. L'aprenentatge de la lectura permet d'ingressar en el club dels «alfabetitzats», fora del qual és impensable l'existència actual. «Els lectors», en canvi, són una minoria en el context social, en el qual a més a més no estan especialment ben considerats.

En aquesta situació, les possibilitats d'adquisició de l'hàbit lector per part dels infants són bastant limitades. Alguns centres, molt pocs, a través d'un dur esforç de combinacions i horaris, aconsegueixen dedicar algunes hores de la seva programació a la lectura. Les programacions oficials de matèries estableixen lectures obligatòries que inclouen des de no fa gaire les lectures juvenils. Però des d'aquestes tímides insinuacions fins a la incidència real de l'activitat lectora en el context social del nen, imprescindible per a la transformació dels seus costums, s'obre un abisme, que cal salvar d'alguna manera, si volem aconseguir els objectius. Aquesta «acció social» d'entrada és inaccessible per al professor i es troba fora de l'interès

d'entitats menors urgides per la necessitat lectora. Els grans instruments de comunicació i d'influència (TV, Internet, ràdio i premsa) resulten inaccessibles per a l'escola i per a la major part dels projectes culturals que no tinguin una rendibilitat econòmica visible a curt termini, com passa amb l'extensió lectora. Aquestes impossibilitats són les que, probablement, porten l'escola, i cada professor, a tancar-se en la seva activitat pròpia, a fer el que puguin amb els seus recursos professionals i a resagnar-se davant les limitacions d'aquesta acció.

Entre aquesta situació i altres més desitjables, hi ha l'experiència duta a terme a Cerdanyola. No és possible aïllar el context cultural d'un poble del context cultural de les grans ciutats, del país i del món en general. Però aquest context del poble també constitueix un àmbit de vivències i convivències molt intens i pròxim, des del qual el ciutadà contacta sovint amb altres àmbits més extensos i des d'on pot, alhora, influir-hi. En el període de l'adolescència, sobretot, on el context familiar es percep com una amenaça a la independència pròpia, i en el qual el context general espanta encara l'adolescent, el refugi entre iguals, d'edat i espai més pròxims, acostuma a funcionar molt intensament. Aquesta perspectiva, i l'influx que des d'aquí es podia exercir sobre l'escola, va encoratjar a fer aquesta experiència, denominada Projecte ELE (Escola de Lectura i Escriptura), impulsada des del Municipi, i que respon a una concepció de la cultura en general i de la visió de l'escola i la seva implicació ciutadana, en particular.

La faceta escolar del projecte s'ha de completar amb la incidència del llibre i la lectura en la vida social de la ciutat, de manera que el «lector», en la mesura que ho sigui, no senti el seu costum, el seu hàbit, com un motiu d'aïllament, sinó com una cosa que el fa una mica més ciutadà, quelcom que el qualifica més, no solament en l'esfera individual, sinó a escala social. En principi, l'àmbit de la ciutat ofereix un context social ampli i prou motivador per al nen i l'adolescent, i s'augmenta en la mesura que es relacioni posteriorment amb l'ambient, les festes, els centres juvenils, la biblioteca i altres entitats culturals i socials. De manera que el llibre es transformi en un instrument més d'integració en una ciutadania de qualitat. Si això s'aconsegueix, la imatge del lector s'acostarà com més va més a la del ciutadà normal, no a la d'una excepció marginal.

Les activitats cíviques al voltant del llibre tenen la funció de socialitzar-lo en el context de la ciutat. En l'«Operació 2000» es va proposar de llegir en tres mesos i mig —des de l'1 de gener fins al dia de Sant Jordi— tants llibres com habitants tenia la ciutat, 52.625. La xifra es va superar i es va arribar als 58.965. Una beca de la Diputació està fent possible el seu buidatge i estudi, sota la direcció de la professora Teresa Colomer, de la UAB. «El dia dels mil llibres» proposa als centres, pares, professors i alumnes, de llegir mil llibres, des del dia de l'entrada de la primavera, 21 de març, fins al 23 d'abril. «Les 24 hores de lectura» són un testimoniatge públic de lectura en el qual en el transcurs del dia i de la nit, l'Ajuntament, els partits, les societats

culturals, els grups lingüístics diferenciats, els centres d'ensenyament i persones de totes les edats i condició llegeixen llibres i els seus textos, en llocs públics variats i significatius de la ciutat. Durant «La biblioteca al carrer», es fan tallers al voltant del llibre que el relacionen amb la música, la pintura, el teatre, la pau, l'economia... «Els contes del dissabte» són una oferta, àmpliament acceptada, dirigida als més petits i els seus pares perquè s'iniciïn en la lectura a través del conte. La tertúlia d'actualitat, trimestral, està dedicada als adults i ofereix un intercanvi de punts de vista entre uns trenta llibres, seleccionats entre els publicats en el trimestre, que resulta una guia pràctica i un estímul per a la lectura.

Tot aquest procés, molt intensiu des dels dos als setze anys, i mantingut posteriorment entre els joves i adults, i que implica una sèrie de procediments i recursos humans i materials, constitueix el Projecte ELE de Cerdanyola, impulsat i sostingut des de fa més de deu anys per l'Ajuntament, en una aposta de gran envergadura, i sense gaires precedents, tant més lloable en la mesura que la rendibilitat social que se'n deriva, tot i que és profunda i duradora, es produeix a mitjà i llarg termini. El projecte pretén convertir la lectura en una activitat pròxima a cada persona i el seu entorn que superi les barreres individuals i familiars. És a dir, es mou en una dimensió social mitjana, capaç de desenvolupar l'hàbit lector dels individus i servir, alhora, per a la integració de la persona en la societat immediata que els acull, la seva ciutat.

Aquests dies se celebra el cinquantenari de la mort d'Emmanuel Mounier. Per aquest motiu Perspectiva Escolar, conjuntament amb diferents institucions i moviments, se suma a l'homenatge d'aquest pensador que va tenir una incidència en alguns sectors de mestres i professors a principis dels anys seixanta.

Despertar les persones: educar en una societat en crisi

Apunts en el cinquantenari de Mounier

Josep González-Agàpito

Ser mestre és ben difícil en una societat en profunda crisi com la nostra. I, alhora, mai no ha estat tan necessari i engrescador fer-ne i fer-ne de debò.

Vivim una vasta revolució que capgira les formes de treball i amb elles –com sempre ha passat– es transformen o subverteixen moltes estructures, moltes institucions i molts àmbits socials. El problema, com deia Keynes, després de 1914, és no entendre que l'enemic no és la revolució, sinó l'estupidesa.

Als mestres ens pertoca mantenir la intel·ligència, és a dir la distinció i el discerniment, enmig del maremàgnum present. És per això que segurament molts hem esguardat Emmanuel Mounier (1905-1950), que ara fa poc més de cinquanta

anys morí. Generalment quan pensem en commemorar un cinquantenari o un centenari és perquè l'obra d'algú encara parla per al present. I Mounier, sens dubte, te molt per dir-nos als mestres i educadors d'hores d'ara.

Si ens hem recordat de Mounier és perquè, sent conseqüent amb els seu cristianisme, encapçala un moviment que afirma que la persona humana és el valor absolut. «La persona –ens diu– és un ser espiritual constituït com a tal per una espècie de la subsistència i de la seva independència en el seu ser; conserva aquesta subsistència per la seva adhesió a una jerarquia de valors adoptats lliurement, assimilats i servits a través d'un comprometre's responsable i d'una constant conversió; unifica així tota la seva activitat en la llibertat i desenvolupa, a més, la seva vocació personal a impulsos d'actes creadors.» L'acció política i educativa s'ha d'adreçar, doncs, a posar els homes i les dones en situació de poder viure com a persones enteses en aquesta dimensió.

L'objectiu de l'educació i de la societat és fer persones lliures i això fa que sigui incompatible amb qualsevol totalitarisme. Per això ens diu que el comunisme converteix tota activitat espiritual en un reflex de les circumstàncies econòmiques, negant el vessant interior de la persona, no considerant cap altra superfície de l'home que la relacionada amb la vida de subsistència material, «amençant la persona amb els propis mecanismes que destina a alliberar-la».

Però també ens obliga a distingir intel·ligentment la positiva globalització i no confondre-la amb el neocapitalisme o neoliberalisme. Per a Mounier tot sistema econòmic que posi la persona al servei de l'economia conté en ell mateix la deshumanització i la injustícia. El liberalisme parteix del fet de creure que la major creació de riquesa acaba produint millor benestar. Però l'objectiu de màxim benefici i mínims costos productius corromp aquest plantejament i el fa inhumà i explotador. Mounier no dubta a denunciar com els valors espirituals i l'humanisme han estat utilitzats «pel món del diner» per emascarar polítiques i accions gens favorables a aquests valors. El sistema econòmic ha de tenir per fita aconseguir millorar la qualitat de vida de les persones.

Despertar les persones com a objectiu de l'educació

Com a objectiu Mounier ens proposa, als educadors i educadores, formar persones tant en la dimensió de les exigències individuals com en les col·lectives de l'univers personal.

L'humanista francès subscriu les crítiques que titllen l'educació de la nostra infància d'un violentament de la seva naturalesa. «Algú ha pogut dir que la nostra educació, a grans línies, era una “degolla d'inocents”; ignorant la persona de l'infant com a tal, imposant-li un concentrat de perspectives de l'adult i de les desigualtats forjades pels adults, reemplaçant el discerniment dels caràcters i de les vo-

cacions pel formalisme autoritari del saber». Contra aquesta situació ha reaccionat la nova educació, però massa vegades la nostra educació continua presonera de «l'optimisme liberal i del seu ideal exclusiu de l'home cultivat, filantrop i ben adaptat.» L'educació no pot reduir-se a una conformada adaptació a la situació establerta. Si això era especialment important enfront dels totalitarismes d'esquerra o de dretes, és, hores d'ara, una urgent necessitat davant de l'emergència de subtils formes de totalitarismes actuals: el combatiu integriste religiós, el sorgiment dels moviments neonazis i partits d'extrema dreta a l'Europa central i llatina o l'extensió del pensament únic i acrític.

Enfront d'aquesta situació Mounier recorda que «l'objectiu de l'educació no és de fer persones sinó de despertar-les. Per definició una persona se suscita per invocació i no es fabrica per ensinistrament. Per tant, l'educació no pot tenir com a fi d'emmotllar l'infant al conformisme del medi familiar, social o estatal, ni es restringeix a adaptar-lo a la funció o al paper que haurà de fer quan serà adult». I passa a fer una proclama que és el fonament de tota educació per a la llibertat i la democràcia: «La transcendència de la persona implica que la persona no pertany a ningú sinó a ella mateixa: l'infant és subjecte» i no és un objecte que pertanyi a la família, ni a la societat ni a la religió. Però això no significa que sigui un subjecte pur o aïllat. El desenvolupament de la persona que proposa Mounier passa necessàriament per la seva dimensió comunitària. L'educand –i ho som tota la vida–



«viu inserit en col·lectivitats, es forma per elles i en elles; i si bé respecte d'ell aquestes comunitats no són poders absoluts, sí que són, en canvi, mitjans formadors naturals.»

Per tant, l'educació és una responsabilitat col·lectiva de la qual l'escola és un instrument educatiu més. Ja que la formació és un procés de culturalització que es realitza en diferents àmbits i activitats. És a dir que no existeix una cultura superior, que fa «persones cultivades», respecte a la qual tota altra activitat seria incultura.

No cal dir com aquestes propostes de Emmanuel Mounier han fonamentat els plantejaments de Paulo Freire i totes les pedagogies de la conscienciació. I afirma que «com que la vida personal és llibertat i ultrapassament, i no acumulació i repetició, la cultura, en cap domini, no consis-

teix en l'acumulació del saber sinó en una transformació profunda del subjecte que el disposa a possibilitats més grans a través d'un acreixement de les vocacions interiors.» I si en quedés algun dubte, Mounier recorda que la cultura és allò que resta quan ja no se sap res, és a dir: la persona mateixa. Aquí se'ns dóna una veritable eina d'avaluació de la nostra tasca de mestres i professors: preguntar-nos si la nostra tasca s'adreça a aquesta transformació profunda dels educands, a transformar els individus en persones.¹

Mounier i els reptes de l'educació actual

L'emergència d'unes noves formes de vida, de la globalització com a proposta d'una nova civilització, ha renovat la qüestió fonamental: quin és el sentit de la societat, de la política i de l'educació?

El resorgiment actual de la ideologia liberal basada en el dogma de l'individualisme i els plantejaments econòmics corresponents, ha comportat una profunda despersonalització, que espanta els mateixos que la defensen. D'aquí que governs conservadors es preocupen per restablir les «humanitats» en els plans d'ensenyament. Com si l'humanisme fos un conjunt de continguts! Caldria no oblidar que ja Ciceró havia definit l'humanisme com allò que ens fa adquirir la condició d'humans. Darrera

les resistències que experimenta la mundialització salvatge, malgrat alguns rebrots violents, hi ha en bona mesura un refús a la deshumanització que comporta la lògica de la competitivitat a ultrança i del màxim benefici econòmic.

L'autèntica i positiva globalització dels coneixements, l'economia i també dels drets i les llibertats, renoven l'interès i la vigència d'una educació personalitzadora i compromesa en la transformació de la societat basada en la justícia i la solidaritat. Mounier ens proposa aquest sentit per l'educació que mena vers la restauració de la grandesa de la política i de la mateixa educació en una societat democràtica.

Per a Mounier no es pot acomplir aquesta tasca d'educació personalitzadora sense aquest profund compromís social. La persona perd la seva dignitat si no és capaç d'obrir-se als altres i d'aquí la naturalesa perversa de l'individualisme liberal. Ser humà és una obertura radical al món i a les altres persones. Ser persona és estar sent, és estar en permanent estat de constitució. La condició de ser persona és alhora permanent i temporalitzant a la manera del «ser en el món» heideggerià. L'humanisme no és pas humanitarisme; és, doncs, compromís social per fer constituir una comunitat més justa i respectuosa amb la persona.

Enfront d'un món forassenyat dominat per la irracionalitat integrista, ja sigui en nom de la religió o del diner, cal oposar una educació personalitzadora. Davant d'una societat sense rostre, contra la qual tants

1. Pel que fa a l'educació vegeu, entre d'altres escrits» especialment MOUNIER, E. *El personalisme*. Barcelona: Edicions 62, 1964, p. 166-171.

joves es rebel·len, cal educar per a una comunitat de persones. Car, com aprenem a ser jo, cal ajudar a aprendre a ser nosaltres. Si l'educació ha de ser el procés de salvar la persona enfront de l'individu, també ha de ser l'acció rescatadora del «nosaltres» de la seva degeneració en «massa» adormida i manipulable, uniformitzada i oprimida per uns pocs.

Per tots aquest plantejaments el pensament educatiu de Mounier ha estat present en la nostra renovació pedagògica. D'antuvi durant la resistència contra la dictadura i el totalitarisme franquista, animant els mestres a preservar la llibertat i la consciència dels infants malgrat l'opressió. La proposta d'Alexandre Galí, el 1964, de dur a terme la «hipotètica revolta dels mestres hipotètics» era una crida a fer una escola alliberadora. La creació de

la institució Rosa Sensat, el 1965, no seria comprensible sense l'influx del personalisme que amarava els seus fundadors i fundadores. I animà, també, moltes de les accions que portaren al bastiment de l'educació d'adults i de l'educació social a casa nostra.

Hores d'ara, en mig d'una societat en crisi i d'una certa desorientació entre els mestres i el professorat, el rearmament dels valors de la persona i de la comunitat que proposa Mounier són, sens dubte, un bon punt d'arrencada per bastir la ja inajornable tercera renovació pedagògica, com reclama Pere Darder. Construint des de l'escola una nova civilització global basada en els principis d'un autèntic humanisme. «La nostra missió principal –ens diu Mounier– es tornar a trobar la veritable noció de l'home.»



L'educació primària. Reptes, dilemes i propostes*

Jaume Cela

Estan sortint del forat!

Visca! Les etapes infantil i primària estan sortint del forat. El debat social que ha generat la reforma del sistema educatiu ha destinat moltíssimes hores a la reflexió que han afectat, sobretot, l'etapa secundària. Si he de ser més rigorós hauria de parlar de la secundària obligatòria. Hi ha temes específics d'aquesta etapa –temes molt importants, d'això no en tinc cap dubte–, que han merescut tota mena d'estudis i de comentaris. Altres aspectes –com la diversitat i la comprensivitat– s'han concretat en aquest tram oblidant que també afecten els cicles obligatoris, el parvulari i el 0-3.

* DOMÈNECH, Joan; ARÀNEGA, Susanna. *L'educació primària. Reptes, dilemes i propostes*. Barcelona: Graó, 2001

Però ara ja podem anunciar que tenim un gruix considerable de material que afecta la primària i l'etapa infantil. Parlo de les

conclusions de la jornada de treball que va organitzar el Consell Escolar de Catalunya. Parlo dels debats i de les conclusions de les Primeres i de les Segones Jornades d'Escoles 3-12 –estem preparant les Terceres–, trobades que van ser un èxit de participació, però que van ser invisibles a la societat perquè la tele i la majoria de la premsa només fa notícia del que passa al món de l'escola quan hi ha espectacle. Parlo del monogràfic que va dedicar-hi el número 23 de la revista *Temps d'educació*. Parlo dels articles que han aparegut a totes les revistes pedagògiques –*Perspectiva Escolar, Infància, Infancia, Guix, Aula, Cuadernos de Pedagogia...* Parlo dels debats organitzats per l'escola rural, per alguns sindicats, pels moviments i per la FAPAC. Tot això és el que em porta a afirmar que aquestes etapes han sortit del forat.

Però encara hi ha més material. Parlo concretament del llibre *L'educació primària. Reptes, dilemes i propostes*, de Joan Domènech i Susanna Arànega, publicat per Graó.

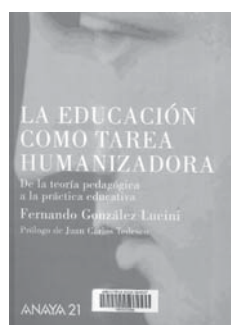
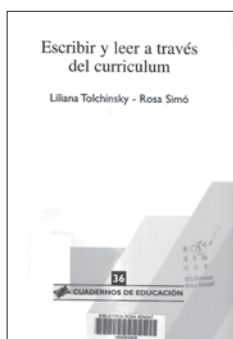
És un llibre molt interessant i us recomano més d'una lectura perquè té teca de la bona.

Després d'una introducció i d'un aclariment previ, el llibre conté els capítols següents: «Societat, educació i escola a l'inici del segle XXI», «El model de l'escola de primària», «L'etapa de primària», «El currículum a l'escola primària», «La pràctica educativa», «Els agents educatius» i «Conclusions».

D'aquesta obra, en vull destacar tres virtuts. La primera és que la mirada dels seus autors és molt exhaustiva. La primària s'analitza des de perspectives diferents i les interrelacions resultants són molt enriquidores. No els ha quedat gaire cosa al tinter, per dir-ho ras i curt. La segona és que hi ha reflexió ideològica i convé posar en relleu aquesta virtut sobretot ara, quan el debat tècnic sembla menjar-s'ho tot. La tercera virtut és que els autors proposen un seguit de línies d'actuació que són un element molt estimable per incentivar el debat dins de cada escola.

Davant del tan comentat –i no sé si tan demostrat– desànim entre els que treballen a l'escola, els autors ens recorden que: «A les nostres mans hi ha una infinitat d'oportunitats. Repetim que descobrir-les, potenciar-les i desenvolupar-les pot ser una tasca apassionant com poques. A totes les persones que s'apassionen i gaudeixen amb el treball que fan diàriament està dedicada aquesta obra.»

L'estimació dels autors per la seva feina m'ha ajudat a mi a estimar-la encara més.



Altres novetats bibliogràfiques

Biblioteca Rosa Sensat

ARNAIZ SÁNCHEZ, Pilar; RABADÁN MARTÍNEZ, Marta; VIVES PEÑALVER, Iolanda. *La psicomotricidad en la escuela: una práctica preventiva y educativa*. Archidona: Aljibe, 2001.

DELGADO, Buenaventura. *La Institución Libre de Enseñanza en Catalunya*. Barcelona: Ariel, 2000

DURAN, Teresa. *Quinzemons. Recull de contes interculturals per a l'escola*. Barcelona: Graó, 2001 (Biblioteca de Guix; 127)

GARDNER, Howard. *La inteligencia reformulada. Las inteligencias múltiples en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós, 2001 (Paidós Transiciones; 29)

Extracte de l'índex:

Inteligencia e individualidad; Antes de las inteligencias múltiples; La teoría de las inteligencias múltiples; ¿Hay más inteligencias?; ¿Existe una inteligencia moral?; Mitos y realidades sobre las inteligencias múltiples; Preguntas y respuestas sobre las inteligencias múltiples; Las inteligencias de

los creadores y los líderes; Las inteligencias múltiples en la escuela; La comprensión como objetivo de la educación; Las inteligencias múltiples en el mundo en general; ¿De quién es la inteligencia?

GONZÁLEZ LUCINI, Fernando. *La educación como tarea humanizadora. De la teoría pedagógica a la práctica educativa*. Madrid: Anaya, 2001.

Extracte de l'índex:

El Proyecto Educativo o Proyecto Pedagógico de Centro; Hacia un nuevo concepto de transversalidad; Integración y coherencia de las Áreas del Conocimiento. Dimensión humanizadora de las Áreas del Conocimiento; Democracia, pobreza y educación para el desarrollo; Los derechos humanos como contenidos de enseñanza.

GUASCH, Oriol. *L'escriptura en segones llengües*. Barcelona: Graó, 2001 (Biblioteca de Guix; 128)

Extracte de l'índex:

Els processos de composició escrita: una

perspectiva cognitiva; L'escritura en L1 i L2: semblança de processos i transferència d'habilitats; L'especificitat dels processos d'escritura en L2; La funció de la L1 en els processos de composició en L2; El marc sociocultural: activitat social, consciència i llenguatge; L'aprenentatge i l'ús de segones llengües des de la perspectiva de la interacció social; La llengua escrita des d'una perspectiva sociocultural.

PUJOL, M. Antònia; CALLÍS, Josep. *Vicky Subirana Rodríguez. Una aproximació biogràfica*. Barcelona: Associació de Mestres Rosa Sensat, 2001 (Premi «Mestres 68»)

Ser estratégico y autónomo aprendiendo. Unidades didácticas de enseñanza estratégica. Carles Monereo (Coord.). Barcelona: Graó, 2001.

Extracte de l'índex:

La enseñanza estratégica: enseñar para la autonomía; la organización de la enseñanza

estratégica en los centros de educación secundaria; La enseñanza estratégica de la lengua; La enseñanza estratégica de las matemáticas; La enseñanza estratégica de las ciencias naturales; La enseñanza estratégica de las ciencias sociales; La enseñanza estratégica de la educación física; La enseñanza estratégica de la educación artística.

TOLCHINSKY, Liliana; SIMÓ, Rosa: *Escribir y leer a través del curriculum*. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona-Horsori, 2001 (Cuadernos de educación; 36)

Extracte de l'índex:

Perspectivas sobre la lectura y la escritura; Una perspectiva constructivista sobre la lengua escrita; Leer y escribir desde el parvulario; Escribir y leer a través del curriculum; Escribir y leer en el área de conocimiento del medio natural; Escribir y leer con otros; La escuela en los procesos de alfabetización.

Avaluació de materials multimèdia

El mago de Oz. Una aventura magnífica

Fitxa de catalogació

Títol, versió i any: *El mago de Oz. Una aventura mágica*. 2000 (versió en castellà)

Producció i edició: Zeta Multimedia (www.zetamultimedia.es)

Temàtica: Jocs i creativitat

Tipologia: Joc

Destinatari: Entre 4 i 7 anys

Documentació i suport tècnic: Cap

Plataforma: Windows 95/98 i Macintosh Sistema 7.0+

Fitxa d'avaluació

	Excel·lent	Alta	Correcta	Baixa
Entorn audiovisual		x		
Continguts			x	
Navegació i interacció		x		
Motivació		x		
Potencialitat didàctica			x	
Documentació				x
Facilitat d'ús i d'instal·lació		x		
Valoració global		x		



Es tracta d'un joc ambientat en el conte de *El Mago de Oz*. Els personatges de l'aventura són els mateixos protagonistes del conte i l'acció es desenvolupa en diferents escenaris inspirats en paisatges extrems de la narració.

Després de la identificació de l'usuari/ària i de la selecció del nivell de dificultat (coure, plata i or), els protagonistes del conte inicien la seva història explicant les inquietuds que els han portat a ajuntar-se i a emprendre conjuntament el camí. L'aventura canvia quan els tres protagonistes es veuen obligats a recórrer tots els escenaris disponibles per aconseguir les joies que completaran la medalla que permetrà alliberar la protagonista, Dorita, de les mans de la bruixa.

El món que hauran de recórrer els personatges es divideix en tres països: el país dels Munskins, el dels Quatlinks i els dels Winkies. En cadascun d'ells els jugadors han de trobar algunes joies amagades, resolent de manera correcta les activitats que es proposen.

En general, les activitats són simples i es van repetint en els diferents nivells de dificultat, variant la complexitat de les instruc-

cions o de les condicions de realització. La major part d'activitats es basen en exercicis d'observació i de percepció i de comprensió de les instruccions que es van proporcionant.

La navegació per les diferents pantalles és àgil i molt intuïtiva, malgrat l'absència d'icones i menús.

Durant el joc, es mantenen en els angles de les pantalles quatre elements: la porta de sortida del programa; el medalló amb les joies que ja han estat recuperades; una imatge de la fada que ens dóna alguna pista en la resolució de les activitats i, finalment, l'element més útil de tots, un plànol esquemàtic dels tres països i dels diferents camins que els enllacen, fent possible el desplaçament directe.

És fàcilment instal·lable i d'ús molt intuïtiu. El disseny en 3D dels personatges connecta ràpidament amb els usuaris a què va destinat. Cal destacar també l'enginy que pressuposa la realització d'algunes activitats, sobretot en el nivell més alt de dificultat, ja que exigeix l'aplicació coordinada de diferents paràmetres.

Trobaríem a faltar algun tipus de documentació *on-line* o bé escrita que il·lustrés els



72 Novetats

diferents àmbits del programa i pogués oferir orientacions per a la seva utilització didàctica. L'elevada qualitat tècnica del disseny dels personatges contrasta amb l'excessiva simplicitat d'algunes de les activitats que, a més de no comportar gaires dificultats, resulten poc motivadores. Llàstima, a més, que el seu contingut sigui tan breu que inclogui només 9 activitats distribuïdes en tres escenaris diferents

En definitiva, es tracta d'un joc ambientat

en el conte de *El mago de Oz*, que pretén bàsicament entretenir i que presenta un alt grau d'adequació als usuaris per la facilitat en la seva navegació i per la concreció de les activitats que inclou.

Eulàlia Navarro i Quim Mateu
del Grup SAMIAL (Grup de treball de l'A.
M. Rosa Sensat i Cooperativa Abacus,
que analitza i avalua materials
educatius multimèdia)

Premi Barcanova de literatura infantil i juvenil

En llengua catalana

Dotat amb **3.000.000** de ptes. (18.030,36 €) per al guanyador i **1.000.000** de ptes. (6.010,12 €) per al finalista. Tant l'obra guanyadora com la finalista es publicaran en les col·leccions SOPA DE LLIBRES o ANTAVIANA JOVE.



Editorial
Barcanova

Plaça Lesseps 33, entresòl
08023 Barcelona
Tel. 93 217 20 54. Fax 93 237 34 69
e-mail: barcanova@barcanova.es

PATROCINADOR:



Catalunya en miniatura

COL·LABORADORS:

R
O
S
E
N
S
A
T

copcisa

El racó dels navegants

Jocs

R. Armejach

rarmejac@pie.xtec.es

R. Cemeli

rcemeli@pie.xtec.es

El joc és l'activitat més creativa de l'infant. Jugant descobreix l'entorn, explora, i de les experiències en treu la seva visió del món. Si volem desenvolupar globalment la persona, el joc n'és un bon camí.

Avui presentem algunes de les webs de jocs, un cercador per als mestres que vulguin apropar-se al món de la joguina, un recull ampli de jocs ben catalogats, el museu de Figueres per fer arqueologia de les joguines i la web de «Legoland», una bona aproximació a aquest producte.

<http://personal2.iddeo.es/xgarcia/index2.htm>

Calaix de sastre és una pàgina que ofereix jocs per als més petits, amb un disseny clar i suau. Cal veure la web nova que estan preparant i que sembla més espectacular.

<http://www.latiendadejuguetes.com/exe/ini.asp?Res=1024>

Aquesta web especialitzada en joguines de tot tipus ofereix una sèrie d'adreces interessants, com l'associació de fabricants de joguines, on explica característiques i normes de seguretat, un buscador per edats i tipologia de jocs que interessin; a més, obre possibilitats a molts enllaços relacionats amb el món del joc i la joguina.

És interessant per als mestres en el moment de recomanar i parlar amb els pares sobre els jocs dels infants amb motiu de les festes nadalenques i també si es vol fer un recorregut per les diferents indústries sense moure's de casa o de l'escola.



74 Novetats



Si treballem el joc i les joguines és interessant visitar la web del museu del joc de Figueres. En aquesta pàgina hi trobarem la informació i podrem visionar alguns dels seus materials.

<http://www.xtec.es/~rbadia/index2.htm>

En aquesta pàgina hi trobareu jocs d'arreu del món per fer a l'escola, la seva justificació i els materials que es necessiten, classificats per temes i per edats. 760 jocs són una bona proposta per no quedar-se sense

jugar a l'escola amb els infants.

A més, podeu trobar informació sobre materials concrets a les webs específiques de empresa: <http://www.lego.dk>

Es poden trobar per mitjà d'un cercador o escrivint la part genèrica de les adreces web <http://www> i posant el nom de l'empresa.

Jugueu a gust, amb els vostres infants!

«La main à la pâte»

Rosa Martín del Pozo i Rafael Porlán

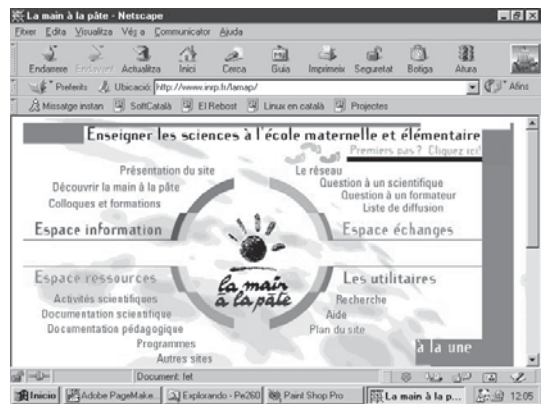
La main à la pâte (que es pot traduir per «Mà a l'obra») és tota una «operació» llençada per Georges Charpak (premi Nobel de física el 1992) i l'Acadèmia de Ciències de França juntament amb l'INRP (Institut Nacional d'Investigació Pedagògica), la qual pretén renovar l'ensenyament de les ciències a l'escola infantil i primària.

Més que un projecte curricular en ús es tracta d'un compromís sociopolític (i professional) que intenta ajuntar els esforços dels mestres i de tots els altres sectors (pares i mares, inspectors, assessors pedagògics, formadors de mestres, professors de les ciències i d'altres disciplines científiques, investigadors i enginyers) per aconseguir que els infants aprenguin les ciències i en frueixin. Es tracta de posar els infants en situació d'experimentació, d'observació, de qüestionament, i d'iniciar-los en l'argumentació, en l'elaboració oral i escrita i en l'adquisició d'un comportament autònom i respectuós amb els altres.

Els deu principis que ens permeten fer-nos una idea dels plantejaments de «La main à la pâte» són els següents:

1. Els infants observen un objecte o fenomen del món real proper i experimenten a partir d'ell.

2. Mentre avancen en les seves investigacions, els nens i les nenes desenvolupen la seva pròpia argumentació, es posen d'acord i discuteixen les seves idees i els seus resultats, construeixen els seus coneixements i no es limiten a una activitat purament manual.



76 Novetats

3. Les activitats que el mestre o la mestra proposa als alumnes estan organitzades en seqüències que busquen la progressió dels aprenentatges. Aquestes activitats es fan fora dels programes i donen una gran autonomia als alumnes.

4. Durant unes quantes setmanes es dedica una càrrega horària mínima de dues hores per setmana al mateix tema. Es garanteix una continuïtat de les activitats i dels mètodes pedagògics en el conjunt de l'escolaritat.

5. Cada nen té un quadern d'experiències escrit amb les seves paraules i amb els seus dibuixos.

6. L'objectiu principal és que els alumnes s'apropriïn progressivament de conceptes científics i de tècniques manuals i que, alhora, consolidin l'expressió escrita i oral.

7. Se sol·licita la col·laboració de les famílies i/o de la comunitat per al treball fet a classe.

8. Localment, els científics (universitats i escoles tècniques) posen les seves competències a disposició de les classes.

9. Localment, també, els centres de formació del professorat (IUFM) posen la seva experiència pedagògica i didàctica al servei del mestre o la mestra.

10. El mestre pot obtenir a la pàgina d'Internet mòduls per posar en pràctica activitats i respostes als seus dubtes. També pot participar en un treball de col·laboració amb els col·legues, els formadors i els científics.

Des del maig de 1998 té un espai nacional a Internet <http://www.inrp.fr/lamap/> i molts altres de locals. S'hi introdueixen les experiències i iniciatives dels mestres, s'hi consulten els dubtes científics i pedagògics, i es disposa d'una documentació abundant. Milers de classes d'educació infantil i primària estan «enganxades» i els mestres participen i/o utilitzen aquest espai segons els seus interessos i disponibilitats. Només cal disposar d'una connexió a Internet. També hi ha informació dels projectes puntuals que s'inicien cada curs. El d'aquest curs s'anomena «L'Europa dels descobriments».

Us aconsellem de visitar aquesta adreça (porta una pàgina de presentació traduïda a uns quants idiomes).

Cartellera

ACTIVITATS DE ROSA SENSAT

Inauguració de l'exposició

«Coneguem Miró»

dia 19 de novembre, a les 18 h



Aquesta exposició és un projecte dels infants i mestres de l'escola bressol Xiroi. Restarà oberta fins al 22 de novembre, de 16 a 19 h

Lloc: Sala d'Actes de l'A. de M.
Rosa Sensat
Av. de les Drassanes, 3
08001 Barcelona

Lliurament del XXI Premi

Rosa Sensat de Pedagogia

dia 30 de novembre, a les 19 h

Lloc: Sala d'Actes de l'A. de M.
Rosa Sensat
Av. de les Drassanes, 3
08001 Barcelona



JORNADES

III Jornades Escoles 3-12

dies 18 i 19 de gener de 2002



Lloc: A. de M. Rosa Sensat i Museu Marítim de Barcelona

Informació i inscripcions: **Abans del 15 de**

desembre a la Secretaria de la

Coordinació de Centres 3-12

Av. de les Drassanes, 3, 3r • 08001 Barcelona

Tel.: 93 481 73 88 • Fax: 93 301 75 50

E-mail: esc3-12@pangea.org

<http://esc3-12.pangea.org>

JORNADES

**II Jornades de Biblioteques Escolars
Cornellà del Llobregat,
dies 14, 15 i 16 de febrer de 2002**

Organitza: Diverses entitats

Lloc: Sala UNED
Ajuntament de Cornellà del Llobregat

Informació: Grup Bibliomèdia
FMRP de Catalunya
Av. de les Drassanes, 3
08001 Barcelona
Tel.: 93 481 73 88
E-mail: mrp@pangea.org

CONFERÈNCIA

**Com podem fomentar un ús segur
d'Internet entre els menors?
dia 15 de novembre, a les 19 h**

Conferència a càrrec d'Elena Alquézar
i Núria Quintana

Lloc: Fundació Catalana per a la
Recerca
Pg. Lluís Companys, 23
08010 Barcelona

TALLERS

**X Tallers de llengua i literatura catalanes a l'ensenyament secundari
dies 8 i 9 de febrer de 2002**

Aquestes jornades van adreçades al professorat de l'àrea de llengua catalana
dels centres de secundària a Catalunya

Organitza: Servei d'Ensenyament del Català (Direcció general d'ordenació)

Termini d'inscripció: Durant el mes de desembre de 2001 a través de
l'oferta de la Subdirecció general de formació permanent en la pàgina web:
<http://www.xtec.es/>

Informació: <http://www.xtec.es/sedec/index.htm>

o a:

Departament d'Ensenyament del Català
Via Augusta, 202, 2a planta • 08021 Barcelona
Tel.: 93 400 60 00 (extensió 3826)
E-mail: tallerca@pie.xtec.es