

# QUÈ EM POSO AQUEST MATÍ?

ESO  
BIX  
CE



És una pregunta que ens fem diàriament i que inevitablement ens porta a parlar de consum: d'aigua i sabons per a la dutxa, de roba, de sabates... En aquest taller, s'identifiquen la diversitat de factors implicats en aquests actes de consum i la diversitat de criteris que podem tenir en compte com a persones consumidores i que influeixen en la tria i compra d'aquests productes.

2 hores

## Com ho fem?

A partir de la visualització d'un vídeo identifiquem amb quins criteris l'alumnat escull la roba per vestir-se habitualment i per ampliar-ho fem una sèrie d'activitats en que se segueix la pista d'uns texans, des de l'obtenció de la matèria primera, passant pel disseny i la botiga fins a arribar a casa.

Tenint en compte aquest procés, cada activitat permet fer una reflexió concreta al voltant dels diferents criteris que podem utilitzar a l'hora de triar la roba: aspectes econòmics, ecològics, de moda, de qualitat, de salut, aspectes legals, socials...

Per acabar, es realitza una simulació de compra on cada grup rep una quantitat diferent de diners i ha de comprar tenint en compte tots els criteris treballats.

## Continguts estructurants

- Consum entès com un acte d'intervenció de l'entorn, amb conseqüències socials i ambientals
- Influències externes a l'hora de consumir (moda, publicitat, amics...)
- Diversitat d'estils a l'hora de vestir
- Gestió del pressupost
- Organització dels propis criteris de compra



## Orientacions didàctiques

La compra de roba és un acte quotidià que es presenta com a un escenari adequat per a que els joves puguin reflexionar sobre la seva identitat com a consumidors i el paper que prenen com a membres de la ciutadania. Segons l'Estudi els Joves i la compra de roba, (ACC, 2007) els criteris que els joves tenen més en compte són el preu (15,72%), els gustos (14,06%), la talla (11,08%), el color (10,16%) i la marca (8,63%). A l'hora de comprar roba es prenen decisions que posen en joc una gran diversitat de criteris com l'estil, els establiments i els criteris socials o ambientals, entre d'altres. De tots els criteris que els joves consideren, n'hi ha que corresponen a aspectes personals (53,67%), del producte (27,45%) i socials (18,88%) (ACC, 2007). Aquests aspectes justifiquen la necessitat d'abordar la compra de roba com a un fenomen que integra aspectes de diferents escales.



Generalitat de Catalunya  
**Agència Catalana del Consum**

Escola del Consum de Catalunya