

ET CONSUMEIX EL CONSUM?



Í N D E X

	PÀG.
- INTRODUCCIÓ.....	3
- LA RESPONSABILITAT SOBRE LA CADENA. (CIÈNCIES DE LA NATURALES)	4
- TRANSTORNS ALIMENTARIS: L'ANORÈXIA I LA BULÍMIA. (EDUCACIÓ FÍSICA).....	7
- AIGUA I EL PETIT GEST DE CADA DIA (MATEMÀTIQUES I TECNOLOGIA).....	8
- ETS CONSUMISTA?.(MATEMÀTIQUES I TECNOLOGIA)	13
- ENVIRONMENTAL WARNING!.(ANGLÈS).....	16
- EL COMERÇ JUST (SOCIALS).....	17
- PUBLICITAT I CONSUM (CATALÀ)	21
- PUBLICITAT I GÈNERE (CATALÀ).....	28
- LA VIDA DE LOS PRODUCTOS (CASTELLÀ)	30
- CONSUM RESPONSABLE, ELS PRODUCTES CULTURALS I	
- LA PIRATERIA (MÚSICA).....	35
- CONCLUSIONS.....	38
- ANNEX I: Objectius, calendari i avaluació del Treball de síntesi.	



EL CONSUM RESPONSABLE

Quan consumim qualsevol bé o servei, a més de satisfer una necessitat o un desig col·laborem econòmicament amb els processos que l'han fet possible. Aquests processos tenen repercussions socials i mediambientals de gran transcendència.

Hi ha moltes coses al món que no ens agraden: injustícies, degradació del medi... El nostre consum hi té a veure, perquè amb cada acte de consum influïm sobre l'evolució de la societat. El consum responsable intenta que allò que potenciem amb el nostre consum no sigui contradictori amb el que volem potenciar a nivell social.

Amb el treball de síntesi "Consum responsable" es tracta de què siguem una mica més conscients del que representa l'acte de consumir. En les nostres activitats quotidianes actuem d'acord amb la nostra ètica: valorem allò que ens sembla bé o malament abans de prendre decisions. En canvi, quan consumim és habitual prendre les opcions que se'ns presenten com a més "fàcils": barates, accessibles, de moda... El consum responsable intenta desfer aquesta dualitat entre el comportament com a ciutadans i com a consumidors: valorem què ens sembla bé també a l'hora de consumir.

El consum responsable trasllada la presa de decisions des de la publicitat, el mimetisme social o alguns interessos particulars cap al criteri de cadascú.

L'actitud responsable en el consum es pot manifestar en cada àmbit on pot tenir lloc un acte de consum. En concret, en aquest treball de síntesi, es treballaran els àmbits següents:

El consum d'aliments i la salut.

El consum i l'energia.

La publicitat i el consum.

Al final del treball hi haurà temps per la reflexió sobre un tema de punyent actualitat molt relacionat amb els nostres hàbits de consum. De fet, ens autoanomenem "societat del consum" o "societat consumista", sovint sense relacionar aquest fet amb el deteriorament del planeta, i ja és hora de pensar que consumir sense cap "criteri ecològic" no és sostenible.

En cada un d'aquests àmbits es pretén que adquiriu la informació necessària que us ajudi a prendre decisions de consum de forma autònoma, aquella que en cada cas considereu millor, sense "complir amb l'obligació" de seguir cap tipus de norma.

Aquesta màxima la farem també extensible a aquest treball de síntesi, i per això, al final del treball haureu d'aportar la vostra opinió personal sobre el que aquest us ha semblat.

LA RESPONSABILITAT SOBRE LA CADENA

Els organismes d'un ecosistema es relacionen entre ells: competeixen per la llum o l'oxigen, s'ajuden per aconseguir aliment o s'alimenten els uns dels altres. Aquest últim exemple, és el que coneixem com cadena alimentària.

De forma natural, a l'entorn sempre hi ha substàncies químiques. Algunes d'elles són perilloses, però aquestes, majoritàriament es troben en llocs i en formes on difícilment interactuen amb els éssers vius.

L'ésser humà però, és capaç de crear altres substàncies noves a partir de recursos naturals com l'oli, la sal, la calç, els minerals fòssils, etc., que tornen a entrar en el medi ambient en la seva nova forma (gasolina, insecticides, nous materials,...) i interaccionen amb els éssers humans, els animals, les plantes i d'altres organismes.

Algunes d'aquestes substàncies poden descompondre's ràpidament, d'altres generen productes perillosos i d'altres es descomponen lentament i s'anomenen persistents ja que es queden en l'ambient durant molt de temps i acaben acumulant-se en el sòl i en els sediments.

Hi ha substàncies que no es degraden a nivell d'éssers vius i per tant, quan un individu ingereix aquestes substàncies, s'acumulen en algun òrgan del seu cos. Aquestes substàncies poden passar a altres espècies que no hagin estat directament en contacte amb la substància tòxica, a través de la cadena alimentària, incrementant així la seva concentració.

1. Us proposem que mireu els primers minuts d'un documental que parla, precisament sobre aquest tema. El títol del documental és prou eloqüent: HOMO TOXICUS.

Us indiquem l'enllaç de youtube, i contesteu les següents preguntes:

<http://www.youtube.com/watch?v=FJpRzkMe8mE>

- El documental i els problemes que denuncia està gravat al Canadà, creieu que és pot plantejar també aquí? Per què?
- Quins problemes poden provocar aquestes substàncies contaminants?
- Enumereu algunes de les substàncies tòxiques que apareixen al documental.
- D'on provenen aquestes substàncies i com ens arriba a nosaltres?
- Quin problema tenen les persones de la comunitat que apareix al documental? A que es degut
- Homo toxicus...a que creieu que es deu el nom del documental?

2. Definiu els següents termes:

- Bioacumulació.
- Biomagnificació

3. Busqueu informació sobre alguna de les substàncies que es parlen al documental, DDT, metalls pesants (tres com a mínim) bpc's, , i feu una taula on s'indiquin l'origen de les substàncies, característiques fisico-químiques,,l'us que tenen a la societat, i la seva toxicologia i repercussió sobre el medi ambient i sobre la salut.

4. A partir del que heu trobat sobre aquests contaminants busqueu informació sobre dos accidents relacionats amb l'emissió / abocament d'aquestes substàncies i les seves conseqüències. Indiqueu el lloc, la data i l'origen de l'accident, així com els efectes que es van derivar d'aquest.

5. La bioacumulació es produeix si dins d'un organisme hi ha un desequilibri entre ingestió i digestió o excreció, es a dir, quan s'ingereix més que surt del cos. La bioacumulació augmenta al llarg de la cadena tròfica. Com a resultat d'això, concentracions no mesurables i no perjudicials poden augmentar centenars de milions de vegades dins del cos dels organismes.

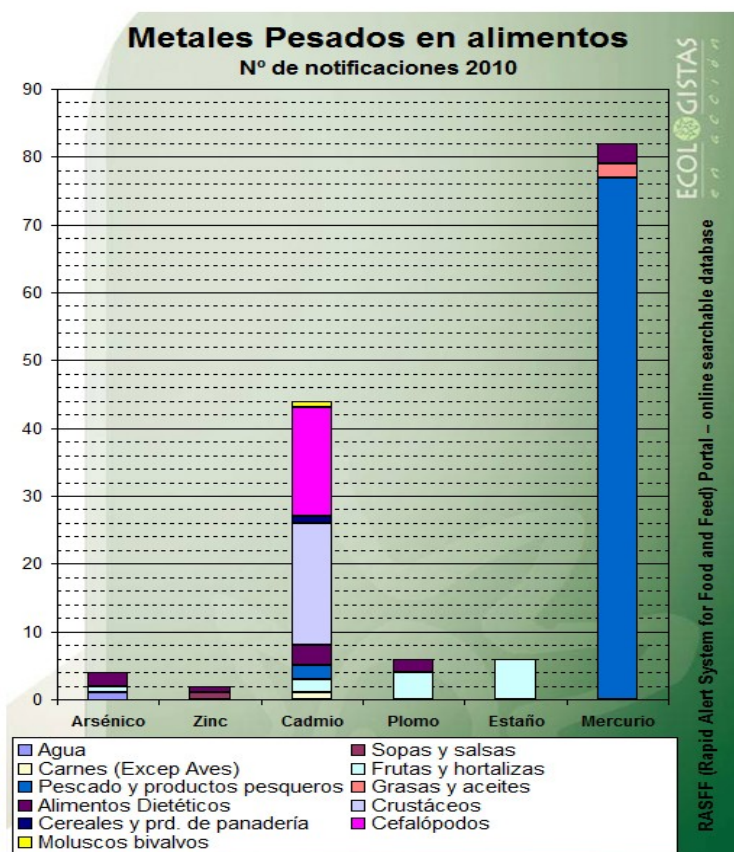
Aquestes són les dades de les concentracions de PCB trobades en els organismes d'una cadena tròfica del mar del nord

	<u>ppm de PCB</u>
Aigua marina:	0.000002
Sediment:	0.01
Fitoplancton:	8.4
Zooplancton:	10.3
Invertebrats:	7.8
Peixos:	19
Aus marines:	110
Mamífers marins:	160

Contesteu les següents qüestions:

- Comenteu les dades de la taula i intenta donar una explicació a l'augment de la concentració en els diferents nivells tròfics.
- Què vol dir que un peix té 19 ppm de PCB?
- Quants g de PCB podria contenir una balena d'uns 75 tones de massa? I la concentració en g per kg?
- El factor de biomagnificació entre dos nivells tròfics, resulta de dividir la concentració del nivell superior amb la concentració del nivell tròfic inferior. Ens informa amb quina proporció incrementa la concentració entre diferents nivells tròfics. Quina és el factor de biomagnificació que pateix una au?

6. Analitzeu i expliqueu el següent gràfic:



7. Els aliments transgènics

- Què són els aliments transgènics?
- Quin tipus d'aliments transgènics es poden trobar al mercat?
- Per què es modifiquen genèticament alguns cultius?
- Què s'entén per traçabilitat?
- Com s'han d'etiquetar els aliments transgènics?
- Quines conseqüències per a la salut pot comportar el consum d'aliments transgènics?

8. Agricultura ecològica

Petit treball de recerca per determinar el grau d'implantació del consum d'agricultura ecològica a la teva ciutat:

- Estudi sobre l'oferta d'aquests productes: troba el percentatge de parades de productes ecològics (verdures i fruita) al mercat del teu poble o bé les botigues del municipi.
- Estudi/enquesta sobre el consum: Realitza una enquesta per determinar el grau de coneixement sobre aquest productes i el seu us.
- Analitza el resultat de l'enquesta i relaciona'l amb l'estudi de l'oferta de productes ecològics

9. Fukushima.

Com relaciones l'accident de la central nuclear de Fukushima, al Japó amb el que has estudiat en aquest tema.

ON TROBAR INFORMACIÓ...

- Metalls pesants

- <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/FISQ/Ficheros/0a100/nspn0056.pdf>
- <http://www.ec.gc.ca/mercure-mercury/default.asp?lang=En&n=D64997D2-1>
- http://water.usgs.gov/wid/FS_216-95/FS_216-95.html
- http://www.mundoazul.org/info_toxicas.htm
- <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Efectos-Toxicologicos-e-Impacto-Ambiental-del-Mercurio>
- <http://inocuidad-alimentaria.org/noticias/78-pescados/342-contenido-de-mercurio-en-el-atun-en-lata.html>

- Contaminants Orgànics Persistentes

- <http://mediambient.gencat.net/cat/empreses/COPS/inici.jsp>
- http://www.mma.es/portal/secciones/calidad_contaminacion/quimicos/pops/index.htm
- http://www.creal.cat/enllacos/contaminants_organics_persistentes.html

- El DDT i la “primavera silenciosa” de Rachel Carson

- <http://blocs.xtec.cat/tecnosjuloantonio/2008/10/01/primavera-silenciosa/>
- <http://www.vilaweb.cat/noticia/2425010/cent-anys-naixement-rachel-carson-mare-movimentecologista.html>

- Desastre ecològic a les mines d'Aznalcóllar

- http://www.greenpeace.org/espana/news/las-organizaciones-ecologistas-8?content_type_key=image&mode=related-item
- <http://www.investigacionyciencia.es/Articulos00.asp>
- <http://www.mma.es/docs/conservnat/parn/Donana/inicio1.htm>

- Aliments transgènics

- http://www.consum.cat/temes_de_consum/alimentstransgenics/index.html
- <http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Transgenicos/>

Els trastorns alimentaris: l'anorèxia i la bulímia

A. Mira els videos:

El primer video és del programa de "Cuatro" "21 dias" Està dividit en 7 parts.

http://www.youtube.com/watch?v=1RWnACexZvY_
http://www.youtube.com/watch?v=mbJdrRT0_zw&feature=related
<http://www.youtube.com/watch?v=mPrxb1O118c&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=WGXnNDaksIc&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=2d2oaZHReDY&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=k1OC1OkiXps&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=V991P82buVQ&feature=related>

També haureu de mirar aquest altre video

http://www.youtube.com/watch?v=J_6qOGY2ZRY&feature=player_embedded

B. Respon a les següents preguntes sobre els trastorns alimentaris: l'anorèxia i la bulímia

1. Expliqueu què és l'anorèxia i la bulímia.

<http://www.medicinayprevencion.com/anorexia/anorexia.htm>
<http://www.aula21.net/Nutriweb/anorexia.htm>

2. Quins creus que son les possibles causes y les possibles conseqüències d'aquests transtorns alimentaris.

<http://anorexiablog.com.ar/category/consecuencias-de-la-anorexia/>
<http://www.nutricion.pro/01-02-2008/sentirse-bien/consecuencias-de-la-anorexia>

3. Enumereu quins són els principals mites entorn l'alimentació i les dietes.

<http://revista.consumer.es/web/ca/20040601/alimentacion/>

*L' AIGUA: EL PETIT GEST DE CADA DIA

Segur que algun cop us han dit això de:

“Apaga els llums si no hi ets a l’habitació”

“ Tanca l’aigua de l’aixeta si no l’estàs fent servir”

“ Tanca les finestres que se’n va l’escalfor”

“ Puja la temperatura de l’aire condicionat que no fa tanta calor”...

El motiu és el malbaratament de l’energia i els recursos naturals a nivell individual.

I és que moltes vegades no som conscients de com malbaratem allò que tenim, que consumim més d’allò que és necessari i que uns petits canvis en les nostres conductes podrien fer molt....

En aquest apartat del Crèdit us proposem unes activitats per comprovar la veracitat i abast d’un d’aquests consells que se’t donen, perquè arribeu a les vostres pròpies conclusions.

1. Els petits gestos de cada dia...

L’EXPERIMENT 1

Necessitareu: - 1 raspall de dents,
- la vostra pasta dentífrica favorita
- una galleda d’aigua (amb numeració del volum)
- un cronòmetre
- paper, llapis

En què consisteix: Un dels membres del grup ha de rentar-se les dents dues vegades seguides, trigant el mateix temps en cada una.

Com que l’aixeta s’obre per pressió, el primer cop ho fareu prement l’aixeta mentre us renteu durant tota l’estona. El segon cop serà deixant que s’acabi l’aigua i tornant a prémer cada vegada que la necessiteu. S’haurà de mesurar l’aigua utilitzada en els dos casos.

Procediment:

- 1) Decidiu quin de vosaltres es rentarà les dents.
- 2) L’experiment es farà a un dels lavabos de nois/noies del pis corresponent, portant tot el material necessari.
- 3) Un cop preparats, mentre un company es renta les dents, l’altre ha de mesurar el temps que triga.
- 4) Anoteu les dades a la següent taula:

Rentada nº	Temps total	Quantitat d’aigua (litres i m ³)
R1 (amb l’aixeta oberta)		
R2 (amb l’aixeta tancada)		

5) Per mesurar el volum d’aigua emprat, fixeu-vos en les marques a la galleda. Per ser més exactes, podeu fer servir les provetes del laboratori (consulteu al professor).

L'EXPERIMENT 2

Necessitareu: - una banyera
- un cronòmetre
- un regle de plàstic, de més de 30 cm
- una cinta mètrica
- paper, llapis

En què consisteix: Un dels membres del grup ha de dutxar-se dues vegades, trigant el mateix temps en cada una. El primer cop, sense tancar l'aixeta mentre us renteu durant tota l'estona. El segon cop, serà tancat l'aixeta cada vegada que no la necessiteu. S'haurà de mesurar l'aigua utilitzada en els dos casos.

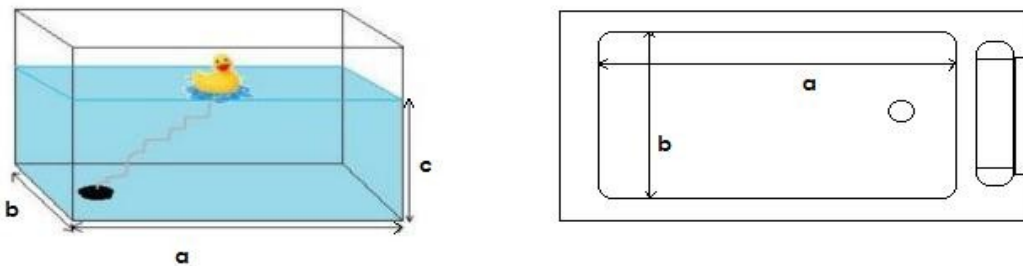
Procediment:

- 1) Decidiu quin de vosaltres farà l'experiment a casa seva.
- 2) Durant tot el temps de la dutxa, el tap haurà d'estar posat.
- 3) Per calcular el volum d'aigua emprat cada cop, haureu de tenir en compte que mesurar la quantitat d'aigua que hi ha a dintre de la banyera no ho podem fer exactament, però si es pot fer un càlcul aproximat de la quantitat que hi ha, si fem com si la banyera tingués forma d'ortoedre (com una caixa de sabates).

S'hauria de mesurar la llargada màxima de la banyera (a), l'amplada màxima de la banyera (b) i l'alçada a la que arriba l'aigua (c) un cop acabada la dutxa, en la part central de la mateixa banyera (vegeu les indicacions al dibuix).

El volum de l'aigua serà: $V=a \cdot b \cdot c$

Com que cal dutxar-se dos cops, hi haurà dues dades diferents per l'alçada:



Anoteu les dades a la següent taula:

Recordeu que:

D1.- Dutxa amb l'aixeta oberta tot el temps de la dutxa.

D2.- Dutxa amb l'aixeta tancada cada cop que no es faci servir.

Dutxa n°	Temps total (minuts)	a (cm)	b (cm)	c (cm)	Volum d'aigua emprat Aproximat (en m ³ i litres)
D1					
D2					

2. ... Quan es repeteixen moltes vegades...

L'objectiu de l'experiment és poder veure l'efecte que té, en el consum d'aigua diari, el fet de tancar l'aixeta quan el seu ús no és necessari.

Així que ara passarem a calcular, aproximadament, quanta aigua es pot consumir al cap de tres mesos, que és quan ve el rebut de l'aigua.

Ens posarem en el cas en què cada persona es renta les dents dos cops al dia i es dutxa cada dia:

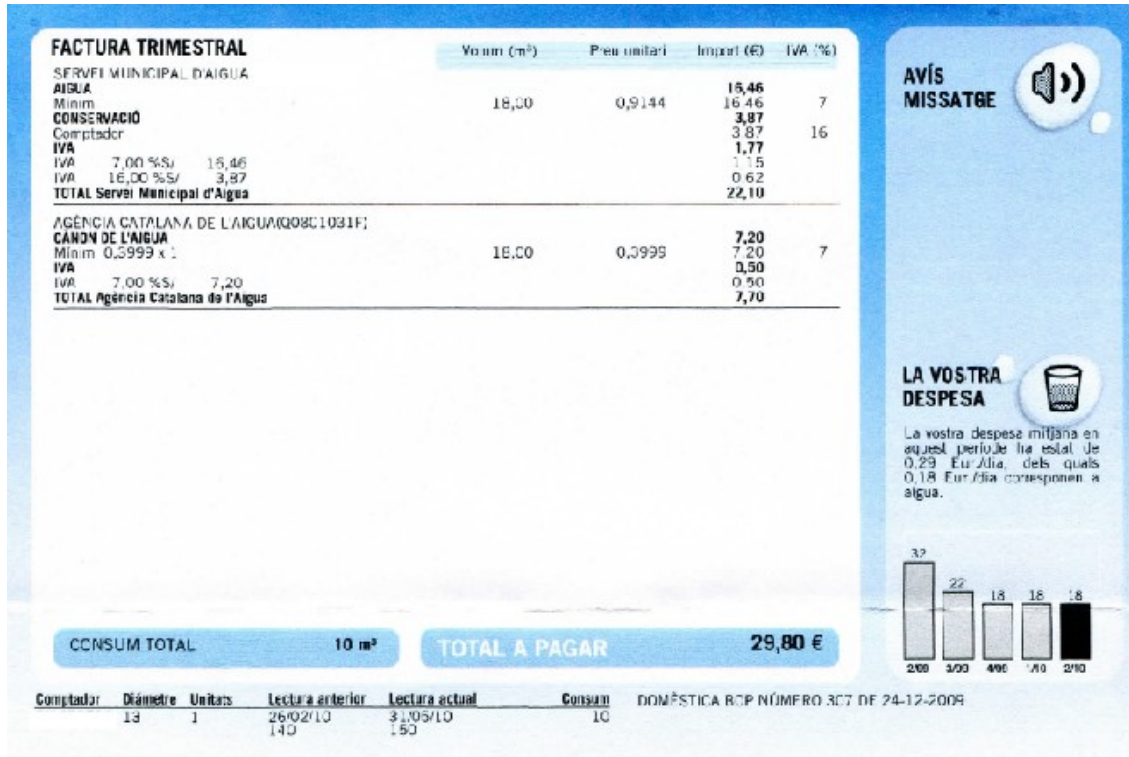
1) Completeu les taules següents:

RENTADA nº	Consum total individual	Nombre de persones a la família	Consum per família i dia	Consum per família i mes	Consum per família en 3 mesos
R1					
R2					

DUTXA nº	Consum total individual	Nombre de persones a la família	Consum per família i dia	Consum per família i mes	Consum per família en 3 mesos
D1					
D2					

3.Tenen un efecte en el consum a llarg termini..

Ara agafeu la factura corresponent a la família i calculeu quina part del consum total al llarg dels tres mesos correspon al consum d'aigua en cada tipus de rentada i en cada tipus de dutxa: Us posem un exemple de factura de l'aigua:



Experiment	Consum familiar en 3 mesos (m ³)	Consum total d'aigua a la factura (m ³)	Proporció	Percentatge d'Augment	Despesa
R1					
R2					
D1					
D2					

4. Conclusions

(tenu en compte totes les dades obtingudes, compareu la despesa en tots dos casos i experiments, quant es podria estalviar en aigua? I en calers?,...)

5. Quin espai ocupa l'aigua que hem fet servir?

Sovint escoltem parlar sobre la quantitat d'aigua que hi ha als embassaments, als dipòsits... però... com ens podem fer una idea de quin espai ocupa una determinada quantitat d'aigua?

- Visualitzant el metre cúbic...

* Agafeu els dos metres de fuster, desplegant-los per complet.

* Disposeu en angle recte, just per la meitat, cadascun d'ells.

* Ajunteu-los per l'angle recte, i al mateix temps contra un cantó de l'aula.

* Fixeu-vos en quin espai ocupa un metre cúbic i feu una estimació a ull, de quants hi caben a l'aula.

- Calculant els metres cúbics...

1) Amb les cintes mètriques, mesureu la llargada i amplada de l'aula.

2) Amb els metres de fuster o la regla d'1 m, mesureu l'alçada de la classe.

3) Ara calculeu l'espai que hi cap a la classe (podeu fer servir l'ortocentre per fer el càlcul aproximat).

4) Compareu el resultat obtingut amb el càlcul amb el de la vostra estimació. Com ha anat la vostra aproximació?

5) Compareu el volum de la classe amb el volum d'aigua dels experiments fets abans.

ETS CONSUMISTA?

Cada dia consumim una gran quantitat de productes. Alguns, com els aliments, són indispensables per satisfer les nostres necessitats vitals; d'altres, però, són més prescindibles (no necessaris) i podríem sobreviure perfectament sense ells.

Cada cop que consumim o comprem qualsevol producte estem contribuint al **canvi climàtic** ja que, al llarg de la seva vida útil, s'han utilitzat matèries primeres que provenen d'un o més recursos naturals del planeta i, en el seu procés de producció, transport i distribució, s'ha consumit molta energia.

Per això, cada acte de consum que fem té associades una sèrie de repercussions, no només econòmiques, sinó també ambientals i socials.

QUE NO ET CONSUMEIXI EL CONSUMISME!! ;)

NOMÉS TU POTS DECIDIR QUANT I COM VOLS CONSUMIR...

VOLS COMPROVAR SI ETS CONSUMISTA?

□ Esbrina-ho responent el qüestionari... (aquesta activitat és individual, per tant, l'haurien de fer tots els components del grup).

1.- És dissabte a la tarda... i et diuen... “Véns de compres?”

Què faries?

- a) Anar-hi, m'agrada la idea!!
- b) Hi vaig si necessito comprar alguna cosa.
- c) No hi vaig.

2.- És l'aniversari del/de la teu/teva millor amic/ga, què li compraries?

- a) Alguna cosa de roba, colònia o jocs d'ordinador.
- b) Un regal fet per tu.
- c) Entrades per al cinema o el teatre.

3.- Comprar et fa sentir bé?

- a) Si, em sento molt millor quan m'he comprat coses que desitjava.
- b) Em sento bé però sóc conscient que no puc ser un/a capritxós/a i comprar constantment coses que desitjo. S'ha de distingir entre allò necessari i allò que més aviat és un luxe...
- c) No em sento millor especialment...

4.- Vas “de rebaixes”?

- a) Si, sempre que puc. Cal renovar el vestuari per anar a la moda!
- b) M'agrada mirar les botigues quan és època de rebaixes. Normalment, trobes alguna cosa que mereix realment la pena.
- c) No especialment. Només compro si realment ho necessito i ho trobo a més bon preu.

5.- Pel que fa a la roba...

- a) M'agrada renovar-la sovint. S'ha d'anar a la moda!
- b) M'agrada tenir en compte la moda i, de vegades, em compro alguna peça nova però intento aprofitar la roba de l'any anterior... A més a més, la moda, és cíclica i quan passa un temps tornen les mateixes tendències...
- c) Només la renovo quan se'm fa malbé. Una peça de roba em pot durar força anys!

6.- Si obríssim l'armari trobaríem...

- a) Roba que fa temps que tinc i que encara no m'he posat mai.
- b) Roba nova que m'he posat poc però que ja no es porta.
- c) La roba que em poso cada dia.

7.- Canvies el mòbil...

- a) Freqüentment. Quan me'n canso i en surt un de més modern o que té més funcions.
- b) Quan arribo a tenir els punts suficients per a demanar un de nou més modern...
- c) Quan s'espatlla i ja no es pot arreglar.

8.- Quan vas a comprar...

- a) Compro en funció del que trobo. Normalment, acabo gastant més d'allò que volia... De vegades, també tinc en compte algun anunci que hagi vist a la TV o un rètol penjat pel carrer,...
- b) Vaig a comprar amb els meus amics o els meus germans o els meus pares i acabo comprant alguna cosa.
- c) Tinc clar què és allò que vull comprar.

9.- És el teu aniversari, què et fa més il·lusió que et regalin?

- a) Diners perquè em pugui comprar el que vulgui.
- b) Normalment, els meus amics o la meva família ja saben què és allò que em voldria comprar i m'ho regalen...
- c) Alguna cosa feta pels meus amics o la meva família (per exemple, un àlbum amb fotos meves i dels meus amics,...).

10.- Amb els diners que tinc...

- a) Em vaig comprant allò que necessito i allò que desitjo. Si tingués més diners, en gastaria més.
- b) Una part dels diners que tinc els estalvio i una part els gasto en coses que vull (roba, sabates,...).
- c) Vaig estalviant. Gasto només quan ho necessito.

□ Un cop hagueu llegit i contestat el qüestionari de forma individual, podeu inserir una taula (com la que teniu a continuació) al vostre treball i omplir-la amb les dades resultants. Caldria inserir una taula per cada alumne del grup.

Per a saber la **puntuació** de cada resposta, demaneu el full de respostes al professor/a de Matemàtiques o de Tecnologia.

Nom alumne:		
Número de pregunta	Resposta a), b) o c)	Puntuació
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
Puntuació total:		

□ Posteriorment, haureu d'elaborar una taula que tingui la puntuació final de tots els components del grup.

A l'apartat "**Resultat del qüestionari**", caldrà anotar el resultat obtingut en funció de la puntuació:

- Consumidor responsable.
- Bastant consumista.
- Comprador compulsiu.

Nom alumne	Puntuació	Resultat del qüestionari

ENVIRONMENTAL WARNING!

Among the dangers threatening our environment, the following are three of the most worrying.

Global Warming

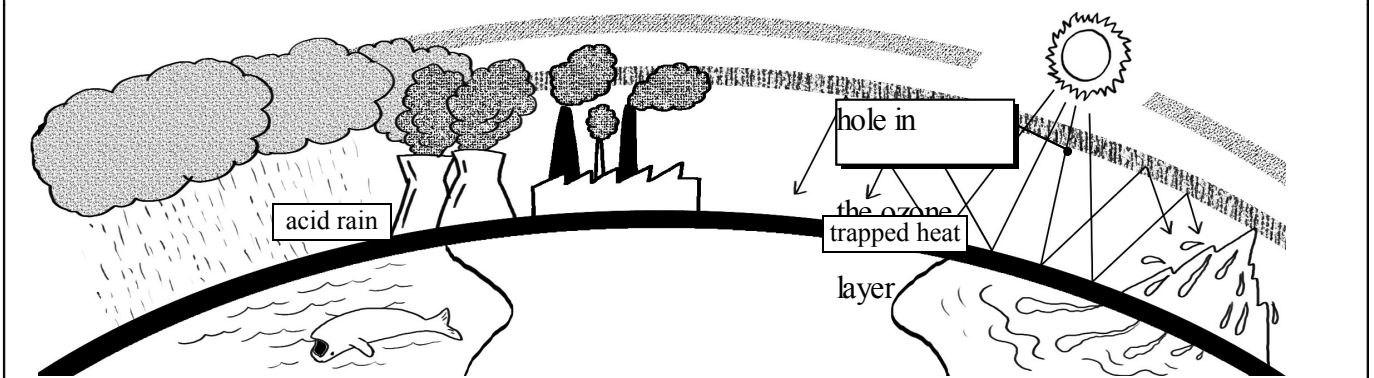
Sunlight reaches Earth through the atmosphere. Greenhouse gases in the atmosphere stop some of the sun's heat from escaping. This keeps the Earth warm. Pollution in the atmosphere also traps heat, and the consequence is global warming. The rising temperature of the Earth is having a dramatic effect on the world's climate and natural resources. Polar ice-caps and glaciers are melting and will cause serious flooding in coastal areas in the years to come.

Acid Rain

Smoke and chemicals from cars and factories pollute rain, causing acid rain. Acid rain damages our natural resources, such as lakes, fish and plant life. The planet needs these things to survive.

Ozone Depletion

The upper layer of the Earth's atmosphere, the stratosphere, contains a gas called ozone. The ozone protects the Earth from the sun's harmful rays, but this protective layer is disappearing. The chemicals in some aerosols and fridges create holes in the ozone layer, slowly destroying it.



1 We all need to work together to protect the environment. Read the list and tick the activities that are good for the environment.

1. Building lots of houses and factories.
2. Recycling waste to make new products.
3. Pouring chemicals into the sea and rivers.
4. Turning off the tap while we brush our teeth.
5. Using more public transport.
6. Chopping down trees.
7. Having a bath instead of a shower.
8. Using cloth napkins and towels instead of paper.

2 Write what you and your family do at home to help the environment.

Let's Investigate

Use an encyclopedia or the Internet.

Find out how big the ozone hole above Antarctica is.

.....

.....

.....

.....



I EL COMERÇ JUST

En el document *QUÈ ÉS EL COMERÇ JUST?* Teniu una explicació gràfica sobre el Comerç Just. Observeu-lo i llegiu-lo, i després contesteu les següents qüestions:

1. Què és el comerç just?
2. Quines conseqüències negatives té per a molts agricultors el comerç tradicional?
3. Qui hi surt guanyant amb el comerç just?
4. Quines conseqüències positives té el comerç just?
5. Has comprat algun cop productes procedents de Comerç Just? Quins productes?

Què és el comerç just?

Hi ha productes, com ara la xocolata, el sucre o el cafè, que no arriben a les botigues sempre de la mateixa manera. Fixa't, per exemple, en les rutes que segueixen les bananes*.

COMERÇ JUST

S'anomena comerç just aquell que fa que el productor pugui viure de la collita del producte.

3 L'empresa de transports

Porta les bananes amb tren i amb camió fins a un vaixell. Ho paga BI.

4 L'empresa internacional BI

Importa les bananes a preus baixos i les torna a vendre al supermercat. Així guanya molts diners.

PAÏSOS EN DESENVOLUPAMENT

2 L'importador

És el representant de l'empresa internacional BI que compra les bananes a la gran plantació. Les paga a preus molt baixos.

1 L'agricultor

Treballa en una gran plantació. Guanya 0,14 € per quilo de bananes. El preu pot variar.

La gran plantació de bananes dona feina a molts treballadors del camp.

Productes químics que serveixen per conrear més bananes. Poden ser perillosos per a la salut dels treballadors.

Sovint a les cases no tenen aigua corrent.

Els fills dels obrers a vegades treballen a la plantació.

Text: Nathalie Tordjiman. Il·lustració: Stéphane Kiehl.

44 * A Espanya es consumeix sobretot plàtan de Canàries (producte amb denominació d'origen), tot i que cada vegada més trobem bananes importades d'Amèrica del Sud o d'Àfrica.

COMERÇ TRADICIONAL

5 El supermercat

Ven les bananes a preus diferents. Les de comerç just són una mica més cares.

PAÏSOS RICS

4 L'importador

Compra les bananes a la cooperativa i les torna a vendre al supermercat. Paga una petita quantitat a l'associació BAN justa.

2 La cooperativa Coop justa

S'ocupa del transport de les bananes. Aplega 200 productors que posen en comú una part dels diners que guanyen per construir col·legis i hospitals.

1 L'agricultor

Pot ser el propietari d'una plantació petita de bananes. Guanya 0,26 € per cada quilo que produeix. És un preu fixat garantit.

3 L'associació BAN justa

Comprova que les bananes s'han conreat seguint les regles del comerç just.

A la petita plantació no s'utilitzen productes químics.

Els fills dels agricultors poden anar a escola.

COMERÇ JUST



PUBLICITAT I CONSUM

El concepte de publicitat:

Actualment la cultura del consum s'ha convertit en l'eix vertebrador de la nostra vida i del nostre sistema econòmic.

La gent jove és un dels principals objectius d'una part considerable de la publicitat. D'una banda perquè molts dels productes anunciats es consideren per a joves i per ser joves. I, en segon lloc, la imatge juvenil estereotipada (sobretot la femenina) sol servir com a reclam publicitari per a qualsevol tipus de producte.

Aquest fet pot provocar una doble frustració en el col·lectiu juvenil. Pot provocar frustració perquè sovint es dona a entendre que si no es consumeix no s'és persona. I no cal dir que, els adolescents, per la seva precarietat laboral i vital, no és el col·lectiu amb més capacitat econòmica. Però pot provocar frustracions també perquè la majoria de joves, com la resta de la població, no es correspon als estereotips estil "noi o noia 10" que projecten els espais publicitaris. Aquesta frustració pot provocar trastorns de la conducta alimentària o altres trastorns de tipus psicològic.

- Expliqueu què és la publicitat.
- Expliqueu en què consisteix cada un dels diferents tipus de publicitat:
 - Publicitat enganyosa
 - Publicitat deslleial
 - Publicitat comparativa
 - Publicitat subliminal

<http://www.grec.net/home/cel/dicc.htm>

http://www.consum.cat/temes_de_consum/index.html

- Quina defensa tenen els consumidors davant la publicitat enganyosa?

A la publicitat resulta habitual la utilització d'eslògans, observa els eslògans següents referits a campanyes de productes alimentaris:

"Perdi pes mentre dorm"

"Perdi pes per sempre"

"El senyor tal ha perdut tants quilos en sis setmanes"

"Perdi tot el pes que vulgui per només tantes pessetes"

"Descobriments científic... un miracle de la medicina"

- Doneu una opinió raonada sobre la veracitat d'aquests eslògans.

http://www.xtec.es/ieslabibal/salut/d_engany.htm

<http://www.enbuenasmanos.com/ARTICULOS/muestra.asp?art=680>

Dissenyar un model d'enquesta sobre el consum, de la qual es puguin treure conclusions i posar-la en pràctica als diferents supermercats de Canovelles.

Nº de preguntes: 8 a 10

Nº de persones enquestades: de 10 a 15

S'ha de passar l'enquesta en dos supermercats diferents.

Exemples de preguntes: Et fixes en les marques a l'hora de comprar?

Quan hi ha ofertes aprofites per comprar més?

Et deixes influenciar pels anuncis de la TV?

Quin tipus de consum es practica a Canovelles? Respon la pregunta a partir de les enquestes realitzades.

Publicitat i gènere

Què entenem per COEDUCACIÓ?

“La coeducació és l'acció educadora que valora indistintament l'experiència, les aptituds i l'aportació social i cultural de les dones i els homes sense estereotips sexistes i androcèntrics, ni actituds discriminatòries, per tal d'aconseguir l'objectiu de construir una societat sense subordinacions culturals i socials entre dones i homes. Els principis de la coeducació són un element fonamental en la prevenció de la violència masclista.”

La coeducació vol eradicar el sexisme i les actituds sexistes en el si de la nostra societat. Saps, però, què vol dir sexisme ?



Busca el significat de **sexisme**. El pots buscar en alguna enciclopèdia o bé, et remetem a les pàgines web següents:

Institut Català de les dones

EL sexisme es manifesta, el podem observar en molts àmbits de la nostra vida. Un d'ells és la **publicitat**. Per saber si un anunci és o no sexista, comptem amb un decàleg, publicat per la "Consejería para la igualdad y bienestar social. Instituto Andaluz de la Mujer".

Primer, saps què és un **decàleg**? Busca el significat del mot.

Tot seguit et presentem el decàleg que et servirà per escatir si un anunci és o no és sexista. Cal que el llegiu tot, a consciència, i intenteu comprendre el significat de cada un dels deu punts que el conformen.

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

Página 28

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

Página 29

DECÀLEG per a identificar el sexisme en l'àmbit publicitari.

1. Promou models que fixen què és masculí i què és femení.
2. Diu com ha de ser el cos de la dona per tenir èxit.
3. Pressiona sobre el cos de la dona amb productes que el dominen i el controlen.
4. Presenta el cos de la dona com a imperfecte i millorable.
5. Situa la dona en una situació d'inferioritat i dependència.
6. Exclou les dones de les decisions econòmiques de més rellevància.
7. Allunya les dones dels espais importants i els assigna els rols de neteja i cura de la família.
8. Mostra com a normal que les dones s'adeqüin als desitjos i a les voluntats dels altres.
9. Presenta el cos de la dona com un envoltori del producte.
10. Mostra les dones com a incapaces de controlar les emocions i justifica que es pugui ser violent amb elles per controlar les seves reaccions.

Informe 2005 - Observatorio Andaluz de la Publicidad NO Sexista

Informe 2005 - Observatorio Andaluz de la Publicidad NO Sexista

Observa i valora els anuncis següents. Comenta si són o no sexistes.

Anunci 1:



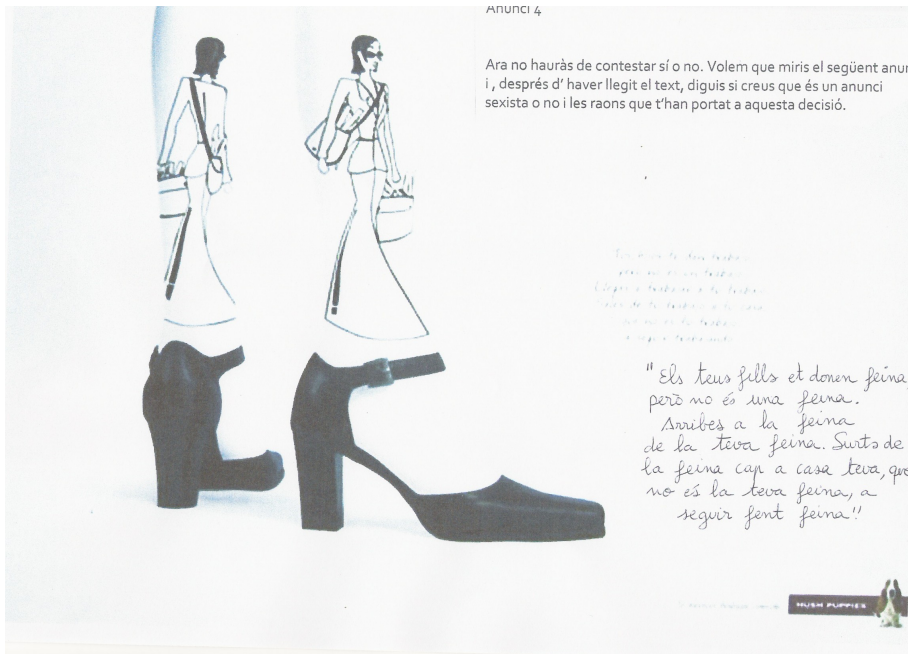
Contesta les preguntes amb un sí o un no:

1. Promou models que fixen què és masculí i què és femení.
2. Promou el model d' home com a poderosos i actius.
3. Pressiona sobre el cos de la dona amb productes que el dominen i el controlen.
4. Presenta la ciència , la tècnica i les noves tecnologies com a camps masculins.
5. Presenta el cos de la dona com un embolcall del producte.....
6. Mostra les dones com incapaces de controlar emocions.
7. Mostra les dones depenent dels homes, tant econòmicament com emocionalment.
8. Tot el que fan les dones és per agradar els homes.....

CREUS QUE ÉS UN ANUNCI SEXISTA? Expliqueu-ne les raons.

Anunci 2

Ara no hauràs de contestar sí o no. Volem que miris el següent anunci i , després d' haver llegit el text, diguis si creus que és un anunci sexista o no i les raons que t'han portat a aquesta decisió.



ANUNCI 4

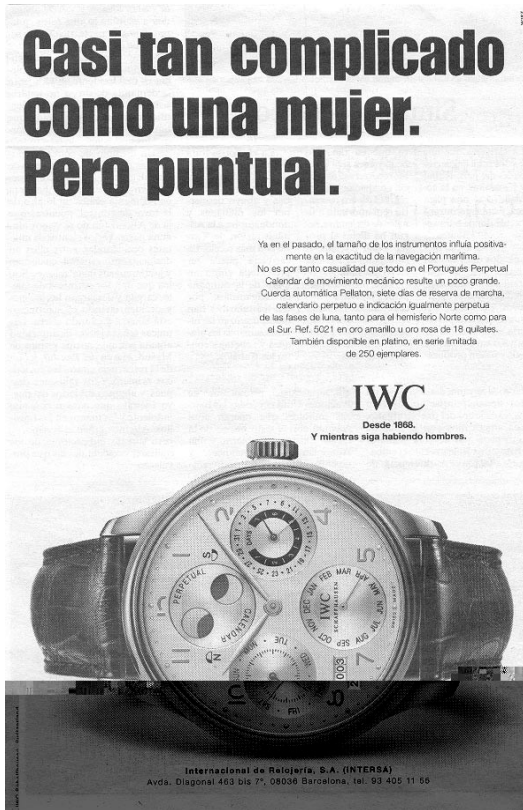
Ara no hauràs de contestar sí o no. Volem que miris el següent anunci i , després d' haver llegit el text, diguis si creus que és un anunci sexista o no i les raons que t'han portat a aquesta decisió.

*Tu miras la dona treballant
pero no veus treballant
l'oposició treballant a la feina
l'idea de la feina a la casa
que no es la feina
a seguir fent feina.*

"Els teus fills et donen feina,
però no és una feina.
Anibes a la feina
de la teva feina. Surts de
la feina cap a casa teva, que
no és la teva feina, a
seguir fent feina!"

HUSH PUPPIES

Anunci 3



Aquí el que prima no és tant la imatge com el text. Fixa't bé amb l' eslògan que han utilitzat.

A quin tipus de comprador et sembla que va adreçat

Contesta ara les preguntes següents amb un sí o un no. Després digues si es tracta d' un anunci sexista, tot indicant-ne les raons.

1. Promou models que fixen el que és masculí el que és femení.....
2. Promou el model d'home com a poderosos i actius.....
3. Pressiona sobre el cos de la dona amb productes que el dominen i el controlen.....
4. Presenta als homes amb criteris fiables a l' hora d'escollir un producte....
5. Presenta el cos de la dona com un embolcall del producte.....
6. Mostra les dones com a incapaces de controlar emocions.....
7. Mostra les dones depenent dels homes,tant econòmicament com emocionalment.....
8. Tot el que fan les dones és per agradar els homes.....

l'anunci?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Quina visió, pel que fa a la dona, se'n desprèn?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Com qualifica la dona?

.....

.....

.....

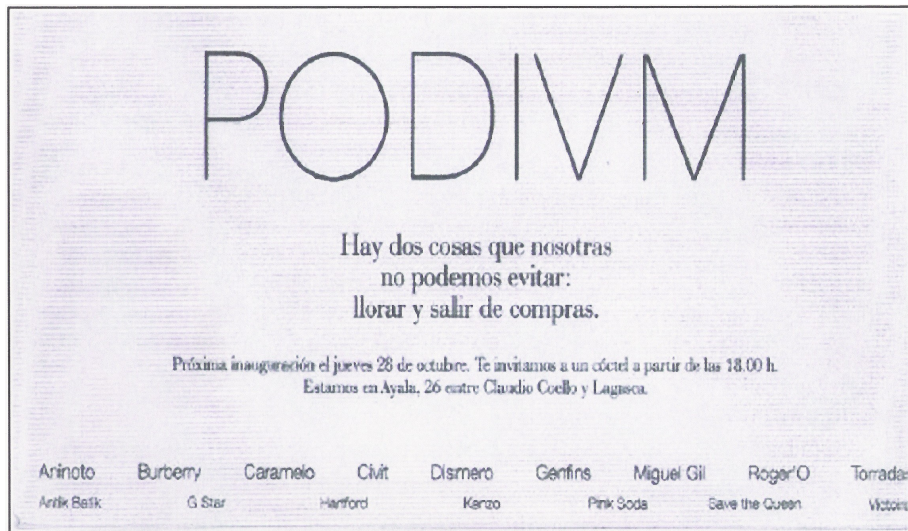
.....

.....

.....

.....

Anunci 4



- 1- Fixa't en el més impactant: el text o la imatge.
- 2- Analitza la imatge.
- 3- Analitza el text:
 - a qui va destinat l' anunci.
 - quina classe social creus que ha de tenir aquest destinatari.
 - com ens diu que és aquest destinatari.
- 4- Creus que és sexista aquest anunci? Intenta refer-lo sense que tingui marques sexistes.

Manifestacions del sexisme: El llenguatge

El llenguatge que fem servir és un producte cultural i social; mostra els valors, els tòpics i els estereotips de la nostra cultura i la nostra societat.

La llengua, en ella mateixa, no és sexista, el sexisme ve de l'ús que nosaltres fem de la llengua.

1. Et proposo que llegeixis el text següent i en facis un resum.

Els efectes que produeixen en la llengua el sexisme i l'androcentrisme es podrien agrupar en dos fenòmens. Per un costat el silenci sobre l'existència de les dones, la invisibilitat, l'ocultament, l'exclusió. Per un altre l'expressió del menyspreu, de l'odi, de la consideració de les dones com a subalternes, com subjectes de segona categoria, com a subordinades o depenents dels homes.

El silenci s'aconsegueix a través de la utilització del gènere gramatical masculí com a genèric (*“Els alumnes que s'examinen de selectivitat”, “Els ciutadans...”, “Els jutges...”*, etc.) per mitjà de l'ús de la paraula “home” com a terme que englobe a dones i homes (*“En aquella època l'home s'alimentava de ...”, “Un home, un vot”, “Els homes són iguals davant la llei”*) i per mitjà dels salt semàntic.

Segons definició de García Messeguer: “S'incorre en salt semàntic quan al parlar o a l'escriure s'empra un masculí en sentit genèric i s'enuncia sobre aquest un primera oració el sentit de la qual enquadra l'un i l'altre sexe, i més endavant es repeteix l'ús del mateix masculí (explícita o implícitament) però aquesta vegada en el seu sentit específic, és a dir, referit a homes exclusivament. (*“Els gibraltarenys tenen tots els avantatges peninsulars: dones, sol vi i música”, “Els egipcis habitaven a la vall del Nil, les seues dones solien...”*, “*L'Alcorà dicta normes per als creients; poden tenir fins a quatre esposes...*”, etc.)” Així, si llegim en un llibre de text (en un passatge referent a la conquesta d'Amèrica): “Tot el poble va baixar al riu a rebre'ls, quedant-se en el llogaret només les dones i els xiquets”, qui entenem que va baixar? Els homes, no? (o els homes i les xiquetes...). No obstant això aquest tot el poble sembla un genèric. Es produeix, doncs, un salt semàntic.

El menyspreu cap a les dones es manifesta sobretot en:

Els doblets aparents –paraules amb significat distint segons estiguin en femení o en masculí (un qualsevol/un qualsevol, home públic/dona pública, home del carrer/dona del carrer, “fulano/fulana”, individu/individua, governant/governanta, etc.)

Els buits lèxics –paraules que no tenen femení i que designen qualitats, és a dir, són positives (“cavalleriesitat”, “noblesa”, “homenia”, “home de bé”, “prohom”, etc.) i paraules que no tenen masculí i que duen sempre una càrrega negativa (“harpia”, “mala pècora”, “maruja”, etc.)-

Els tractaments i usos de cortesia i la seua manifesta asimetria (així l'ús de “senyoreta” per a referir-se a l'estat civil d'una dona quan no existeix l'equivalent masculí de “senyoret”, la diferència entre cognoms i noms propis, la referència a les dones pel cognom dels seus marits, vius o morts, l'anteposició de l'article “la”, etc. Exemples: “Sra. de ...”, “Vídua de ...”, “Sr. Gutiérrez i Srta. Pili”, “La Caballé” (però no “El Domingo”, “El Carreras”), etc.).

També les definicions, accepcions i exemples del diccionari, en adjectius i adverbis, en refranys i frases fetes, en la reproducció d'estereotips sexistes, anomenant les dones a part i en la negativa a feminitzar els noms de moltes professions, entre algunes altres manifestacions.

2. Tot seguit veuràs uns fragments de notícies i titulars de premsa. Tots ells resulten,segons un estudi fet, sexistes. Tu hauràs de buscar la manera més adequada per tal que el text no sigui sexista:

- “(…) **els magribins** no temen que es repeteixin (…)”
- “(…) la solidaritat amb **els immigrants** de El Ejido (…)”
- “**Els treballadors** de Puigneró (fàbrica tèxtil) (…)”
- “El 2000 **van néixer 77 nens** més en els hospitals(…)”
- “Un 47 % **d’avis** majors de 80 anys (…)”
- “**Els negociadors palestins i israelians** no estan d’ acord (…)”
- “**Els malats** de càncer demanen (…)”
- “**Els estrangers** necessiten portar la documentació (…)”
- “(…) no té el rigor que mereix la memòria **dels assassinats:**”
- “**Tècnics** de l’ Eixample revisaran (…)”

LA VIDA DE LOS PRODUCTOS

1. Lee el siguiente artículo de opinión y contesta las preguntas que sobre él se formulan.

Obsolescencia



Bolívar Hernández Estrada - [Freud en el parque de México](#)

Los romanos construyeron puentes que, dos mil años después, siguen ahí. Y en la localidad de Livermore (California) funciona una bombilla que ilumina un cuartel de bomberos desde 1901. Sin embargo, en general, el engranaje industrial desarrolla equipos de electrónica de consumo, móviles y otros aparatos con una vida tan fugaz que ni deja rastro en nuestra memoria. Se hacen perecederos al poco de nacer.

Diseñados para tener una vida corta, frecuentemente ni siquiera tienen una segunda oportunidad tras estropearse. Desaparecen los servicios de reparación (o es muy complicado acudir a ellos), lo que demuestra una concepción basada en la idea de usar y tirar. En la vida cotidiana, apenas se habla de reparar, reponer o reutilizar ante unas pautas que hacen que todo sea rápidamente viejo y fugaz.

Pero acortar el ciclo de vida comporta un agotamiento de recursos naturales, derroche de energía y una producción de desechos imparable.

La caducidad planificada caracteriza nuestro modelo económico, y forma parte consustancial de él. Ha sido históricamente la palanca que ha activado la compra y el crédito. "La obsolescencia programada surgió a la vez que la producción en serie y la sociedad de consumo", sostiene Cosima Dannoritzer, directora del documental "Comprar, arrojar, comprar", producida por Mediapro en colaboración con otras seis televisiones.

El problema es que ahora es una práctica sistemática que "está teniendo efectos ambientales terribles", sostiene.

Por eso, los productos tienen una historia marcada en origen. En Livermore (California) se preparan para festejar los 110 años de vida de su bombilla de gruesos filamentos. Pero esa bombilla, que ha sobrevivido a dos webcams, es una excepción. De hecho, la bombilla es tal vez el primer exponente del deliberado acortamiento de la vida de un producto de consumo.

En 1924 se creó el cártel de "Phoebus", integrado por diversas compañías eléctricas, con la finalidad de intercambiar patentes, controlar la producción y ...reorientar el consumo. Se trataba de que los consumidores compraran bombilla con asiduidad. El resultado de esta actividad es que en pocos años la duración de las bombillas pasó de 2.500 horas a 1.500 horas, según el documental.

El cártel incluso multaba a los fabricantes que se salían del camino. El asunto dio lugar en 1942 a una denuncia del gobierno de EE.UU. contra General Electric y sus socios pero, pese a la sentencia, las bombillas corrientes siguieron funcionando una media de 1.000 horas.

Coches, medias e iPods

Y en la misma dinámica entraron los coches o las medias de nylon. La mitad de los vehículos del mundo en los años 20 eran el modelo T, de Henry Ford, fiables y duraderos pero sucios y ruidosos. Sin embargo, su competidor, General Motors, le arrebató el mercado con un nuevo Chevrolet que sólo incluía modificaciones espectaculares y formales.

La historia de esta obsolescencia anticipada llega hasta nuestros días. Una abogada de San Francisco denunció a Apple por juzgar que en los primeros modelos de iPod habían aplicado la obsolescencia antes de tiempo con baterías de poca duración. Y en España también los clientes que se quejan de la generación de las impresoras que dejan de funcionar una vez que lanzan un número determinado de rayos de tinta para limpiar los cabezales.

Los partidarios de esta estrategia afirman que son fuente de bienestar, mientras que sus críticos denuncian que de esta manera se hurta al consumidor de las ventajas de nuevas aplicaciones tecnológicas, que siguen el ritmo y los vaivenes caprichosos de los intereses comerciales. La caducidad programada de los productos cimentó el desarrollo norteamericano y renovó una encorsetada cultura de consumo europea basada en la premisa de que la ropa o los artículos "eran para toda la vida"; incluso se heredaban.

En la cultura norteamericana

La muerte prematura de los productos fue un asunto popular. En la película "El hombre del traje blanco" (1951), de Alexander McKendrick, su protagonista da con la fórmula de un revolucionario tejido que ni se ensucia, ni se desgasta, lo cual lo hace irrompible. Tras la alegría inicial, su descubrimiento le lleva a ser perseguido por los propios empleados, temerosos de perder las ventas y perder sus puestos de trabajo. De la misma manera, la película "La muerte de un viajante" (1949), de Arthur Miller, recoge un impagable diálogo en el que el protagonista se queja de la nevera o el coche dejan de funcionar al poco de pagarlos a plazos.

Tipos de caducidad

Existe una obsolescencia técnica, relacionada con la duración de los materiales y componentes, pues su diseño define su vida. Muy frecuentemente, el coste de una reparación (y la mano de obra) es tan elevado que a final sale más a cuenta comprar un aparato de nueva factura. La creación de diversas gamas de productos que no interactúan con el viejo equipo ayuda a que quede obsoleto.

"Normalmente, los productos se diseñan con un equilibrio para que todos sus componentes tengan una vida parecida. No sería lógico tener un elemento con una vida infinita, y muy costoso, y otros de vida muy corta. La estrategia sería que cuando un parte falla, fallen las demás", indica Carles Riba Romeva, director del Centre de Disseny d'Equips Industrials y profesor de la UPC.

Por eso, ¿podrían diseñarse piezas especialmente frágiles de manera intencionada?. "Yo no digo que ninguna empresa no lo haga, pero es delicado. Si alguien lo hace deliberadamente, no sería correcto éticamente" agrega.

Algunas excepciones

¿Se crean aparatos eléctricos y electrónicos para que duren poco? "En general, no es así, aunque hay excepciones", opina Pere Fullana, director del grupo de investigación en gestión ambiental de la Escola Superior de Comerç Internacional de la UPF. Fullana relata el descubrimiento que hizo en una ocasión al revisar un juguete eléctrico de China que se estropeó al poco de ser regalado a su hijo por Reyes.

Siguiendo el circuito eléctrico descubrió que el fusible que se había fundido estaba dentro de una cavidad de plástico, sellada e intencionadamente inaccesible.

La caducidad se impone además cuando las innovaciones tecnológicas se implantan sin que los productos tengan las mismas capacidades que los viejos. Por ejemplo, las empresas que estaban vendiendo vídeos mientras se desarrollaban los DVD pudieron estar participando de una obsolescencia planificada.

Práctica sistemática

La caducidad se hace sistemática cuando se altera los productos para hacer difícil su uso continuado. La falta de interoperatividad fuerza al usuario a comprar nuevos programas. En el mundo del software hay dos variantes para obligar al usuario a comprar nuevas versiones.

Una es perder la compatibilidad hacia atrás forzando la reconversión de todo lo antiguo para funcionar con lo nuevo. La segunda, menos agresiva, consiste en perder la compatibilidad hacia adelante con novedades que no pueden ser manejadas por las versiones anteriores. De hecho, en algunas ocasiones "se ha visto cómo una compañía improvisaba inusuales módulos de compatibilidad para el programa antiguo, con el fin de manejar archivos de la nueva versión, por el temor de que los clientes pudieran migrar al tensar tanto la cuerda", dice Xavier Pi, profesor de ingeniería de software y perito informático.

"En el momento en que la tecnología evoluciona rápidamente, los productos se hacen efímeros", dice Carles Riba Romeva, profesor de diseño industrial (UPC).

Otro modo de jubilar los productos es el diseño y la moda, la maquinaria de crear objetos que ilusionen con el ánimo de que el cliente se sienta desfasado si no compra. El diseño unido al marketing multiplica la seducción para crear un imaginario de libertad sin límites.

La moda, lo imaginario

"No podemos pensar que la obsolescencia planificada como una teoría conspirativa en la que los productores que nos engañan escondiendo información. Tenemos que mirar el plano estético y simbólico y pensar en la dinámica de la publicidad, que te hace ver algo nuevo para que lo tuyo parezca viejo.

Todos somos corresponsables", dice Federico Demaria, un investigador sobre decrecimiento de la UAB licenciado en ciencias ambientales. Demaria habla de la "colonización de lo imaginario" y cómo lo nuevo ocupa un papel estelar en la escala de valores. "Todos somos víctimas y promotores de este fenómeno. La manera en que opera la obsolescencia te hace partícipe de este proceso", añade.

Historia de un concepto

1932. Bernard London, un promotor inmobiliario, propuso reactivar la economía con una obsolescencia legal obligatoria. Lo hizo en el opúsculo titulado "Acabar con la Depresión a través de la obsolescencia planificada". Su idea era que los productos, una vez usados un tiempo, se entregarán a la Administración para eliminarlos. Una prolongación extra de su uso estaría penalizada con un impuesto.

1954. Clifford Brooks Stevens, diseñador industrial."La obsolescencia planificada es introducir en el comprador el deseo de poseer algo un poco más nuevo, un poco mejor, un poco antes de lo necesario", declaró en una conferencia sobre la publicidad en Minneapolis en 1954. Brooks no inventó el término, sino que solo lo acuñó y lo definió.

1960.El crítico cultural Vance Packard denunció en Los productores de residuos "el sistemático intento del mundo de los negocios de convertirnos en desechos, en individuos agobiados por las deudas y permanentemente descontentos".

Jueves 6 de enero de 2011 por el Profesor Juan Ramón Herrera

PREGUNTAS :

3. ¿Cuál es la idea central del texto?
4. Nombra algunos de los argumentos que ofrece el texto a favor y en contra de la obsolescencia.
5. ¿Qué ejemplos pone de productos que tienen una larga duración?
6. Explica por qué los propios empleados de la empresa persiguen al creador del traje de duración eterna en la película "El hombre del traje blanco"(1951) de Alexander Mckendrick.
7. Busca el origen mitológico del nombre "Phoebus" y su relación con las compañías eléctricas.
8. Explica el significado de las siguientes palabras : perecedero, fugaz,desechos,consustancial.
9. Elige un producto, coche,electrodoméstico, mobiliario que hayan tenido tus padres o abuelos y pregúntales por cómo fue el sistema de pago y qué duración tuvo dicho producto.

MAMA TIERRA ; MACACO (otra manera de pensar sobre el tema...)

1. Busca en google (<http://www.google.es/>) la letra de **MAMA TIERRA**, del grupo **MACACO**, léela e intenta entenderla.
2. Busca un videoclip en la página de youtube (<http://es.youtube.com/browse?s=mp>) que se titula **MAMA TIERRA** del mismo grupo. Mira dicho vídeo, escúchalo, utilizando de apoyo letra escrita de la canción e intenta tener una comprensión total del tema del que se está hablando.
3. Una vez visto el vídeo y entendida la letra, responde a las preguntas siguientes:
 - a. ¿Qué significa el nombre del grupo: MACACO?
 - b. ¿Quiénes son los componentes del grupo?
 - c. Resume el contenido de la canción en un mínimo de 10 líneas y en un máximo de 15.
 - d. ¿Crees que el tema del que se está hablando es importante? Justifica tu respuesta con un ejemplo.
 - e. ¿Por qué debemos respetar a la MADRE TIERRA?
 - f. ¿Nos ha enseñado alguien a respetar la madre tierra? ¿Es hora de que lo hagamos?
 - g. ¿Tendría la misma repercusión y se pensaría tanto en el tema si este grupo, en lugar de componer una canción, colgar el videoclip en Internet, cantarla en todos sus conciertos..., hubiera escrito un artículo en el periódico? ¿por qué? Respuesta mínima de 10 líneas.
 - h. Busca ejemplos de otros grupos musicales que hablen del mismo tema. Escribe el nombre del grupo, incluye la canción y si tiene videoclip en youtube es necesario que pongas la referencia dónde podamos encontrarlo. (Mínimo 3 grupos)

CONSUM RESPONSABLE, ELS PRODUCTES CULTURALS I LA PIRATERIA

Observa el següent article i respon al qüestionari que s'ofereix a continuació

LA PIRATERIA MUSICAL

La pirateria moderna es refereix a la **còpia**, venda o distribució de material sense el pagament dels **drets d'autor**, per tant, es considera una infracció deliberada a la legislació que protegeix la **propietat artística o intel·lectual**. Aquestes **copies** no són legals en la majoria de països però en alguns s'admeten fer còpies de material propi per a **ús privat**. Aquests actes es van començar a denominar d'aquesta manera com a metàfora del robatori de la propietat d'altres com feien antigament al mar els **pirates**. La forma en què la justícia a d'actuar respecte la realització d'aquestes còpies no autoritzades es un tema que genera polèmica a molts països.

Actualment gràcies a les noves eines informàtiques de reproducció i distribució de arxius per Internet, la pirateria s'ha estès de forma notable a causa de les facilitats que proporcionen aquestes eines per a distribuir arxius de forma gratuïta.

PROPIETAT INTELECTUAL

Propietat intel·lectual Es pot definir com la propietat que es té sobre les obres fruit de l'enginy i la intel·ligència; ja siguin literàries, artístiques o científiques. És una propietat una mica especial, ja que a diferència de les coses que s'acostumen a posseir, la propietat intel·lectual fa referència a quelcom intangible; el que fa que sigui un concepte de propietat més sofisticat al que estem acostumats a tractar.

Les lleis de propietat intel·lectual ofereixen a l'autor un conjunt de **drets** exclusius en relació al tractament que es fa de la seva idea, i no sobre la idea en si mateixa. També és important ressaltar, que les lleis protegeixen l'obra resultant, no el procés de creació. És a dir, que les idees, mètodes, sistemes o procediments no queden protegits per la legislació de propietat intel·lectual. Només queda protegida la seva expressió literària o científica, però no la idea continguda, que per tant no pot ser objecte de registre.

Drets sobre la propietat intel·lectual

Es poden distingir dos tipus de **drets** sobre la propietat intel·lectual:

1. Els drets extrapatrimonials, o **drets morals**, són els drets que l'autor té com a autor de l'obra intel·lectual. És el cas del dret a publicar l'obra o mantenir-la inèdita; i el dret a ser reconegut com a l'autor de l'obra per part de tercers.
1. Els drets patrimonials; que fan referència a l'aspecte econòmic que es deriva de l'autoria de l'obra. És a dir, el dret a cobrar per l'edició, traducció o adaptació de l'obra.

Com tots el tipus de propietat, la propietat intel·lectual es pot vendre o transferir a tercers. A diferència d'altres formes de propietat tradicionals; que es mantenen al llarg del temps, encara que a vegades sigui a través de diferents propietaris, la propietat intel·lectual té un final. De forma general, a Espanya els **drets** d'explotació duren tota la vida de l'autor i 70 anys més després de la seva mort o declaració de mort, moment en el qual l'obra passa al domini públic, formant part d'un patrimoni comú; podent ser utilitzada lliurement per qualsevol, respectant-ne l'autoria i integritat. Els drets morals, pel seu caràcter personal, van vinculats a la vida de l'autor. Tanmateix els drets d'autoria i integritat de l'obra poden ser exercits, sense límit de temps, pels hereus o persona designada per l'autor.

Tot i que els autors de les obres gaudeixen d'un ampli conjunt de drets sobre les mateixes, aquests han de cedir en determinats casos enfront un interès social més ampli de promoció i desenvolupament de la cultura. Aquestes restriccions es concreten en la possibilitat de reproduir l'obra o part de la mateixa sense necessitat d'autorització expressa de l'autor en casos com:

- Per donar constància en un procediment judicial o administratiu.
- Per ús privat del copista.
- Per ús privat d'invidents.
- En [cites i ressenyes](#), amb finalitats docents o d'investigació, indicant la font i el nom de l'autor.
- Amb ocasió de treballs o informacions sobre temes d'actualitat.
- En relació a les obres situades en vies públiques.
- Per la seva utilització sense finalitats lucratives en determinades institucions de caire cultural i científic.
- Durant l'execució d'obres musicals en actes oficials.
- La paròdia, mentre no suposi risc de confusió.

1

Delictes contra la Propietat Intel·lectual

El dret penal només tracta les infraccions més greus del ordre jurídic. En el marc de les [Propietats intel·lectuals](#), generalment només se sancionen els actes de copiar o plagiar obres protegides amb anim de comercialitzar amb productes il·legals.

Penalitzacions

La proposta de Directiva presentada per la Comissió Europea per a combatre les falsificacions i la pirateria recull penes de presó de fins a 4 anys i multes de 300.000 euros per als responsables d'aquest tipus de delictes dintre d'organitzacions criminals internacionals.

Conseqüències

La violació dels drets d'autor per part dels pirates de productes culturals nega als artistes i intèrprets el guany legítim que genera la seva labor de creació. En conseqüència, les pèrdues mundials en els sectors de la música, del cinema i del programari, podrien ascendir a desenes de milers de milions de euros anuals.

En relació a la indústria musical, la majoria de grups musicals afirmen que la seva gran font d'ingressos està en els concerts en viu i que la disponibilitat del material dels músics afavoreix la afluència de públic als seus concerts. D'altre banda hi ha qui pensa que amb la venda de còpies il·legals disminueixen els ingressos i perjudiquen el sector.

L'èxit de programes del tipus [P2P](#) ha arribat a fer que grups musicals canviessin la seva opinió negativa al respecte. Intenten aprofitar-se d'aquestes noves tendències per oferir el seu material de formes alternatives, de manera que el que en principi els perjudica poden arribar a treure'n benefici. Això es pot aconseguir amb descàrregues de temes concrets d'algun disc per preus més reduïts que els actuals [CDs](#).

Qüestionari:

1.a) Defineix pirateria. Perquè en la actualitat s'ha estès la pirateria musical?

b) Defineix la propietat intel·lectual. Hi han algunes lleis que protegeixen aquesta propietat, podries

especificar què es considera "protegible" dins d'una obra cultural, què es el que queda fora de protecció dins de les lleis de protecció intel·lectual.

c) Quins tipus de drets hi han respecte la propietat intel·lectual, és a dir, si soc considerat propietari d'una obra quins drets adquireixo?

d) Jo puc cedir a altres o vendre els meus drets com a autor d'una obra. Quin temps màxim poden gaudir als qui cedeixo els drets de la explotació econòmica de la meva obra ? Després d'aquest temps que passarà?

e) Hi ha algun cas en que puc reproduir l'obra d'un autor sense que hagi de pagar-li els drets d'autor ? cita tres exemples d'això.

f) Normalment en el marc de la propietat intel·lectual què es el que es considera que es pot sancionar?

g) Com afecta, segons l'article, la pirateria, als ingressos dels músics? Quines opinions hi han?

h) Investiga quins sistemes hi han en l'actualitat per realitzar còpies i distribuir arxius de forma gratuïta per Internet. Creus que intercanviant-se arxius per Internet s'està perjudicant els drets dels autors del contingut de dits arxius? Raona la teva resposta.

CONCLUSIONS

Després de realitzar el treball de síntesi, **comenteu de manera individual**, amb una extensió mínima de 10 línies què heu entès per consum responsable i quins elements s'han de tenir en compte per afavorir aquesta manera de consumir.

Afegiu un comentari donant la vostra opinió personal sobre el treball de síntesi, quins aspectes us han agradat més, quines dificultats heu trobat, i què considereu que us ha aportat.