



# Tarda de compres!

## Presentació

El consum és un món ple d'emocions i, a l'hora de comprar hi tenen un paper molt important. Aquesta activitat tracta dels diferents factors que poden intervenir a l'hora d'escollir l'establiment i el producte: la música, els colors, i la informació en l'etiqueta del producte entre d'altres. Situant la importància de les emocions i de les sensacions en els actes de consum.

## Objectius educatius

1. Avaluar l'impacte social dels missatges relacionats amb la moda i les tecnologies.
2. Analitzar quins són els missatges que pretenen modelar la nostra autoestima.
3. Explorar la diversitat d'emocions que poden generar els actes de consum.
4. Identificar els elements que poden influir a l'hora d'escollir un producte.

## Activitats

L'activitat es desenvolupa en un espai que simula una botiga de roba i de tecnologia, tenint en compte aspectes que caracteritzen les botigues que els i les joves acudeixen amb normalitat (música forta, llum tènue, l'olor...). Quan els joves entren han d'escollir un producte que comprarien i un que no, i han d'associar cada producte a una emoció mitjançant una emoticona.

A partir de comentar les emoticones es reflexiona entorn les emocions que suscita el consum. La justificació dels productes escollits i dels no escollit, ajuden a detectar els diferents elements que intervenen en els actes de consum, els relacionats amb la persona (disponibilitat de diners, gustos..), amb el producte (marca, etiqueta, preu..) i amb l'entorn (ambientació de la botiga, tracte, opinió dels amics...). També és un bon moment per treballar amb els joves com les grans superfícies, botigues,... juguen amb les nostres emocions i ens inciten a comprar utilitzant diverses estratègies de màrqueting.

### Més idees!

Per aconseguir que aquesta activitat sigui més significativa, situeu el grup en una situació real de consum. Organitzeu una sortida a un centre comercial, o a les botigues on ells acostumen a comprar i que analitzin i experimentin totes aquestes sensacions prenent consciència de com els afecta i influeix en les decisions de compra.





### Eix artístic: talonari de petits moments!

En la societat consumista en la que vivim deixem de valorar les petites coses, els petits detalls que ens dona la vida. Quan parlem de consumir pensem per defecte en les coses materials deixant de banda els petits detalls com un somriure, una abraçada, una cançó.. Per això crearem un talonari de grup, amb vals a bescanviar per petits moments i que els podrem utilitzar durant tot el curs.



### Valoració

La valoració final de les diferents activitats proposades en aquesta fitxa ens hauria de permetre profunditzar en els següents aspectes:

- Diversitat d'emocions que desperten els actes de consum
- Els actes de consum con una via de construcció de la pròpia identitat
- Importància de la interacció entre l'individu i l'entorn proper (companys, marques...) a l'hora de consumir
- Identificació d'accions relacionades amb la comercialització del productes: estratègies de màrqueting, etiquetatge dels productes...

### Recursos

Aquesta activitat es una adaptació del taller *Anem de compres?* de l'Escola Del Consum de Catalunya. Guia docent per a ESO, batxillerat i cicles formatius.

[http://www.consum.cat/doc/doc\\_32296218\\_1.pdf](http://www.consum.cat/doc/doc_32296218_1.pdf)

Estratègies de Màrqueting per explicar als joves:

<http://icimerchandising.blogspot.com.es/2012/02/puntos-frios-y-puntos-calientes-los.html>

<http://www.interactivity.com.ar/los-trucos-de-los-supermercados-para-que-compres-mas/>

#### Més idees!

##### Fragment per introduir o tancar l'activitat

*Si les he contado estos detalles sobre el asteroide B 612 y si les revelé su número, es a causa de los adultos. A los adultos les gustan los números. Cuando uno les habla de un nuevo amigo, nunca preguntan sobre lo esencial. Nunca te dicen: "Cómo es el sonido de su voz ? Cuáles son los juegos que prefiere ? Colecciona mariposas ?" Te preguntan: "Qué edad tiene ? Cuántos hermanos tiene ? Cuánto pesa ? Cuánto gana su padre ?" Sólo entonces creen conocerlo. Si uno dice a los adultos: "Vi una bella casa de ladrillos rosas, con geranios en las ventanas y palomas en el techo..." no logran imaginársela. Hay que decirles: "Vi una casa de cien mil francos." Entonces exclaman: "Qué lindo !"*

Saint- Exupéry, A. *El Principito*

