



# Viatge a la galàxia del Petit Príncep!

Eix d'animació

Infants petits de 3 a 8 anys



### **Primera part: aspectes fonamentals del marc teòric**

1. Què entenem per educació del consum?
2. Com educar els consumidors i les consumidores del segle XXI?
3. Educar des de la perspectiva de les competències
4. Objectius generals d'aprenentatge
5. Idees força i continguts generals

### **Segona part: plantejament educatiu infants petits de 3 a 8 anys**

6. Eix d'animació
7. Algunes pistes per estimular la participació, la reflexió i la valoració
8. Possibilitats de treball amb les famílies
9. Campanya Cap Menjar a la Brossa! curs 2013 – 2014
10. Campanya Esplais Més Sostenibles! curs 2014-2015

# 1. Què entenem per educació del consum?

Comencem per un exemple: Imaginem una activitat que es basa en la compra d'un determinat producte alimentari. Si treballem la vessant del preu i les valoracions que ens porten a comprar-lo, farem un treball bàsicament d'educació del consumidor. Si treballem la perspectiva de la dieta i la lliguem a la nostra salut, parlem d'educació per a la salut. Quan ens preguntem si l'envàs és retornable, reciclable, o bé s'han produït molts residus en la seva fabricació, parlem des de l'educació ambiental. Si ens preguntem el què comprem els homes o les dones, passem a l'educació per a la igualtat d'oportunitats. Quan la nostra valoració recau sobre les persones que el poden adquirir i les que no, parlem d'educació per a la pau, i si ens preguntem sobre les que el consumeixen i les que no per motius culturals, parlem d'educació per a la diversitat.<sup>1</sup>

Com veiem en l'anterior exemple, el consum és una qüestió força complexa que requereix que la tractem des de la transversalitat per tal que l'infant pugui comprendre que es tracta d'un fenomen global on s'hi interrelacionen molts elements.

Les següents intencionalitats educatives fonamenten aquesta concepció d'educació del consum:

- Aprendre que cada acte de consum té unes conseqüències ambientals i socials, i que hi ha connexions i interaccions molt subtils, però molt fortes.

Apropar-nos al coneixement dels problemes ambientals derivats de la producció, de les condicions laborals dels i les treballadores, de les relacions comercials,...

- Aprendre que el consum no només depèn de raons objectives, sinó que consumim també d'acord amb un conjunt d'emocions i motivacions.

A conèixer i reconèixer el què ens agrada, a aprendre a diferenciar entre necessitat i desig, a evidenciar que som part d'un grup i volem sentir-nos-en part, a veure la influència del consum en els processos de socialització i de la formació de la identitat...

- Aprendre a treure'n el màxim profit davant de cada acte de consum. Aprendre a comprar.

A conèixer els nostres drets i deures com a persones consumidores, a organitzar les compres amb llistes de productes, a gestionar els diners,...

- Aprendre que consumir és també una forma d'intervenció social, un acte polític, de transformació social a petita escala: Aprendre que consumir és "votar cada dia".

A treballar l'esperit crític i les opcions personals de cadascú i també com a col·lectiu.

- Aprendre que cada acte de consum pot ser una oportunitat educativa per ajudar a cada infant i jove a construir-se el seu propi model de consum a partir de les seves habilitats i les seves capacitats de presa de decisions.

A dialogar i valorar de manera constructiva els punts de vista dels altres, a analitzar la diversitat de formes de consumir, tenint en compte totes les experiències i la capacitat de reflexionar sobre elles...

---

<sup>1</sup> Aquest exemple ha estat extret de l'article L'educació del consumidor a l'escola. Josep Bonil Gargallo. Escola Catalana Barcelona 1999, n. 359, abril ; p. 6-8 .

## 2. Com educar els consumidors i les consumidores del segle XXI?

### **Volem tractar el consum com una dimensió de la nostra vida individual i col·lectiva**

“ La cultura esdevé un magatzem de productes previstos per al consum, cadascun competint per la canviant /dispersa atenció dels futurs consumidors a l'espera d'atreure'ls per poder-los retenir per més estona que en un simple moment fugaç” (Bauman,2008)

Plantegem el consum no com un acte ni com una acció aïllada, sinó com una dimensió de la vida de les persones, que no són màquines per consumir, no són mitjans sinó fins: subjectes que fan servir els objectes de consum per a millorar llur qualitat de vida. Volem defugir del consum entès com un element aliè i extern a nosaltres. El consum es construeix socialment i comporta, també, com a elements indestriables, la identitat del jo i l'alteritat.

Per això, els productes de consum porten una identitat inclosa. Allò que consumim ens explica, ens posiciona, i ens relaciona amb les altres persones. Hem de comprendre que nosaltres som persones consumidores i publicistes alhora. Som missatge i missatgers. Amb la nostra manera de consumir actuem i transformem tot el que ens envolta, fins i tot, les relacions amb els i les altres.

Així, volem defugir de les activitats que ens posicionen com a ens consumidors que hem d'aprendre a defensar-nos de les grans empreses, marques i multinacionals “que sempre ens enganyen amb els seus anuncis i missatges”, per a fer activitats que ens reconeixen i ens descobreixen com a actors rellevants dins el fenomen del consum. Actors i actores que actuen, que generen tendències, que creen alternatives, que construeixen noves formes de relacionar-s'hi.

*El meu jo i la vida social en el consum.*

### **Volem endinsar-nos en la dimensió emocional del consum**

“La vida líquida moderna, a diferència de la cultura de l'era de la creació de les nacions, no té gent per a educar, en lloc d'això, té clients per a seduir” (Bauman,2008)

Ens volem apropar al consum entenent-lo també com aquell grapat d'experiències personals intenses de fort contingut emocional, on es prenen decisions, i després es dilueixen de sobte.

Volem posar en valor les experiències de cadascú davant el consum, com a moments i vivències úniques. Així, ens endinsarem en el món del desig, en els mecanismes que ens fan desitjar les coses, en aquell temps d'espera, en aconseguir el que volem, en com ens sentim i com volem sentir-nos, en allò que ens provoca aquell producte, aquell anunci, aquella imatge,...

Amb les activitats volem ajudar a formar persones estratègiques (crítiques i reflexives), capaces de fer front a l'atzar, a tenir en compte les seves emocions. I en aquest sentit, les activitats intentaran donar molta importància a l'intercanvi comunicatiu, a l'exploració dels sentiments i emocions, i a com fer-hi front.

*Considerar l'emoció davant el consum racional.*

## **Volem fer sorgir preguntes... bones Preguntes**

“Quan a Isidore Rabi, premi Nobel de física, li van preguntar què li havia ajudat més a ser científic, respongué: Al sortir de l'escola, totes les altres mares jueves de Brooklyn preguntaven als seus fills: Què heu après avui a l'escola?”

En canvi la meva mare deia:

Izzy, t'has plantejat avui alguna bona pregunta?” (Christine Chin, 2004)

Es diu que les “bones preguntes” són aquelles que fan pensar i reflexionar, que generen les ganes i la necessitat de conèixer perquè són provocadores i creen dubtes reals. No són preguntes que es puguin respondre amb una resposta que trobem directament en un llibre o a internet, amb un simple Sí o un simple No. Són aquelles preguntes productives, que generen, que creen.

Amb les activitats volem promoure que els infants i els joves arribin a fer-se preguntes, “bones preguntes” que els ajudin a comprendre i a interpretar els fets i fenòmens de la vida que els envolta. Per això, més que respostes i solucions als problemes actuals del consum, volem que es plantegin preguntes que els interpel·li a ells mateixos i que ens plantegin dubtes i ens qüestionin la nostra posició amb relació al consum, amb relació als altres i amb relació a l'entorn.

*El qüestionament davant la solució.*

## **Volem que els infants i joves no s'emportin consells, sinó reflexions**

“La formació, en una societat del coneixement, és la capacitat de ser creatius en un ambient d'especial incertesa, la capacitat de gestionar adequadament aquesta “dissonància” cognitiva que és a l'origen dels nostres fracassos a l'hora de comprendre la realitat.” (Innerarity, 2010)

Volem fer emergir les idees que els infants i els joves tenen, a partir de la seva participació significativa, amb relació a allò que volem tractar en les activitats, per treballar a partir d'aquestes idees, per afegir-ne de noves, per fer-les evolucionar.

Intentem defugir de les activitats que presenten “males opcions” de consum i “bones opcions” de consum (consum irresponsable i consum responsable), perquè amb les activitats el que volem és donar poder als infants i joves en les seves decisions. Volem que prenguin opcions personals, des de la coherència i la reflexió, en comptes de que aprenguin pautes i regles (que nosaltres, els i les educadores, que en sabem més, considerem correctes). Defugirem doncs, de les visions més dogmàtiques de l'educació que dibuixen aquella línia entre el que està bé i el que no.

Volem estimular reflexions i discussions, on els infants i joves diguin el què i el perquè. Volem que cadascú es posicioni davant el consum amb coherència a les seves opcions, i en configuri el seu propi “Consum Conscient”. Cada consumidor/a construeix el seu model de consum a partir de les seves habilitats de consum i els patrons de presa de decisió.

*La reflexió crítica, no el dogma.*

## **Volem centrar-nos en les experiències de consum i no en el traspàs d'informacions**

“Educar és una tasca per a preparar des del present per allò no viscut” (Bermejo, 2006)

Malgrat que en les activitats cerquem, investiguem i descobrim coses sobre els productes de consum (procedència del producte, informació rellevant de l'etiquetatge, l'element clau de l'anunci televisiu, la comprensió de les tarifes i preus,...), no les volem fonamentar únicament en la transmissió d'aquesta informació sinó en una actitud crítica i d'interrogació sobre el què ens envolta.

La informació caduca.. Ja se sap, i en el consum més que enlloc, que quan saps com funciona una cosa, quan et saps la seva norma i regla, et canvien les coses. Et canvien l'oferta. En el consum, el canvi de variables és constant. Tenim una oferta constant de nous productes que deixen en l'oblit els vells, apareixen noves formes de comprar i adquirir, sorgeixen noves formes de comunicació i noves estratègies publicitàries...

El temps del consum és un temps accelerat. El ritme, el dinamisme i la incertesa del que vindrà són les característiques principals del consum.

D'aquesta manera, més que aprendre les característiques del que envolta un producte de consum, volem endinsar-nos en allò clau que hi ha al seu darrere (emocions, conflicte, atzar...), volem reflexionar i discutir, treure'n idees rellevants, idees fortes, idees clau que ens ajudin a prendre decisions davant un futur que ara no coneixem i que serà diferent.

*El repte d'educar la creativitat (actitud i ment oberta i dialogant) per a pensar en l'impensable.*

### 3. Educar des d'una perspectiva de competències

Aprendre des de la perspectiva de competències significa tenir la capacitat de posar en pràctica el conjunt de coneixements, habilitats i actituds que té una persona per exercir com a ciutadà i per fer front als reptes de la vida real.

Aquesta perspectiva de l'educació es fonamenta en els pilars que va assentar Delors<sup>2</sup>, potenciant l'autonomia per a l'aprenentatge i l'actuació adequada en els diferents contextos.

La clau de l'aprenentatge per competències és aprendre a saber ser i a conèixer, a fer i a conèixer. És molt important que tinguem en compte com fer-ho i quins són els elements que necessitem.

En aquest sentit, en primer lloc, és important que l'aprenentatge sigui contextualitzat per poder-nos adonar de la complexitat de les situacions i per aprendre a valorar les conseqüències de les diferents respostes.

En segon lloc, hem de tenir en compte que s'aprèn amb els altres, és a dir, en grup i de forma cooperativa. Quan interaccionem amb d'altres persones, cal que haguem pensat, fet i sentit els nostres aprenentatges, discursos i accions, i així els puguem comparar i revisar. En aquesta revisió, es va forjant un coneixement construït col·lectivament, cada cop més ric.

A més, per poder comparar, debatre, consensuar, i per tant, per aprendre i actuar, cal saber comunicar en tots els nivells (corporal, oral i escrit), i autoregular-se.

Per últim, hem de tenir en compte que per aprendre a actuar cal actuar i aprendre de l'acció que hem dut a terme per millorar la següent.



<sup>2</sup> Delors, J. (1996.): "Los cuatro pilares de la educación" en La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI.

## 4. Objectius d'aprenentatge

Competència global que es vol ajudar a desenvolupar en els nois i noies: **Tenir una actitud més crítica, més reflexiva i més conscient davant el consum per avançar cap a estils de vida fonamentats en els principis de justícia, equitat i sostenibilitat.**

Els infants interaccionen amb la societat del consum des de ben petits i aviat queden atrapats per la seducció de la publicitat que els impulsa a desitjar-ho tot i a voler comprar-ho tot.

L'etapa dels 3 als 8 anys és cabdal per treballar aspectes com la gestió de les emocions, l'autocontrol, el valor de les coses, l'autoestima, la tolerància a la frustració ... qüestions que incidiran significativament en la seva manera de pensar i sentir i per tant, en una actitud més reflexiva davant els actes de consum.

Us animem doncs a que feu una lectura detinguda d'aquests objectius per tal que els re formuleu tenint en compte l'edat i les característiques del vostre grup així com els reptes educatius que us proposeu assolir.

### Dimensió social i emocional

1. Tenir consciència de la influència que exerceixen els missatges del nostre entorn (especialment el grup d'iguals) i dels missatges publicitaris procedents dels mitjans de comunicació (televisió, TIC, premsa...), en la nostra vida i en la nostra forma de consumir.
2. Reconèixer les emocions i les sensacions que desperta la compra d'un determinat producte.
3. Identificar les sensacions comunes i diferents que desperta un determinat producte, anunci, color, per tal de valorar la diversitat de formes de pensar, sentir i actuar.
4. Saber distingir entre desig i necessitat davant la compra d'un producte.
5. Comprendre els nostres desitjos i les nostres necessitats per valorar la manera de satisfer-los, tenint en compte els valors de justícia, equitat i sostenibilitat.

### Dimensió: procés de compra

6. Planificar el procés de compra i la gestió dels diners per tal de consumir de manera més reflexiva i autònoma.
7. Ser conscient de la despesa econòmica que va associada a l'adquisició d'un determinat producte (un joc, un berenar) o a la realització d'una determinada activitat (una excursió, una festa d'aniversari...).
8. Reconèixer la varietat d'oferta en relació amb un producte determinat (roba, joguines, alimentació...), i valorar positivament la diversitat de maneres de consumir-lo.
9. Saber escollir entre l'oferta de serveis i productes que ens ofereix l'entorn de manera crítica i reflexiva.
10. Reconèixer els aspectes bàsics que conté l'etiquetatge i recorregut dels productes i ser conscient de les responsabilitats i els deures que implica ser una persona consumidora.

### Dimensió: estils de vida

11. Ampliar el ventall d'opcions a l'hora d'escollir com gaudir del temps lliure que trenquin amb l'esquema passar-ho bé igual a gastar diners.
12. Prioritzar el valor del ser sobre el valor del tenir.
13. Saber fer-ne ús, gaudir i tenir cura dels bens que hom té, reconeixent la seva utilitat.
14. Avaluar les conseqüències que té allò que es consumeix: per a un mateix, per a les persones que t'envolten, i pel medi ambient.
15. Valorar positivament altres formes de consum basades en els valors de l'austeritat, la fraternitat, la cooperació i la solidaritat.



## 5. Idees força i continguts generals

La proposta educativa està dissenyada per a implementar-se al llarg de dos cursos i s'adreça a tots els grups amb els que treballem: infants petits, infants mitjans, joves, famílies, equip educatiu i comunitat.

Es proposa per a cada curs:

- Un conjunt d'experiències educatives que s'interrelacionen amb l'eix d'animació.
- Una activitat col·lectiva basada en la idea de campanya de sensibilització.

### 5.1. Idees Força

Hem identificat 6 idees força que relacionem amb qualsevol acte o fenomen de consum, independentment del tema que tractem. Cadascuna d'aquestes idees ens convida a reflexionar sobre la diversitat de factors que entren en joc en la forma de relacionar-nos amb el consum.

A partir d'aquestes idees hem recreat diferents escenaris didàctics ("els planetes", veieu apartat d'eix d'animació), per abordar situacions quotidianes de consum properes als infants i joves (propostes d'activitat), que afavoreixin la seva formació com a persones consumidores crítiques i conscients, amb capacitat per qüestionar-se el món on viuen i posicionar-s'hi de la manera més autònoma possible.

#### Les emocions

- Els actes de consum no es poden analitzar únicament des d'un punt de vista racional sinó que tenen un component emocional fonamental.
- Què ens provoquen els missatges publicitaris, com ens condicionen, com el consum configura la nostra identitat i és un element més de socialització.
- Preguntar-se quan comença i quan acaba el desig i quin mecanisme hi ha al darrera.
- Ens cal saber reconèixer, identificar i gestionar les sensacions, motivacions i emocions que envolten els actes de consum de la nostra vida quotidiana. Aprendre a autocontrolar-nos.

#### Connectivitat

- El món globalitzat és una realitat que altera el concepte tradicional de l'espai i el temps: els béns de consum es produeixen i es consumeixen a qualsevol part del món amb els efectes mediambientals i socials que se'n deriven.
- Món globalitzat i béns de consum és un binomi que té la particularitat de fer-nos sentir que compartim o no determinades coses (interessos, aficions, estils de vida) amb les altres persones.

#### Incertesa i atzar

- Vivim en un món en constant moviment on es fa necessari mantenir un diàleg entre el que canvia i el que es manté, entre el que desitjo canviar i el que vull mantenir.
- La idea de canvi constant (fixem-nos en la rapidesa amb què que caduca la tecnologia...), també ens interpel·la a ser creatius per aprendre a adaptar-nos a situacions que desconeixem i són incertes.

#### Sostenibilitat

- La finitud dels recursos i les conseqüències d'una societat basada en un model de producció i creixement desmesurat.
- Reflexionar i pensar en formes de consum més harmonioses amb els criteris de sostenibilitat.

### **Virtualitat**

- La irrupció de les TIC en el consum crea nous escenaris i noves formes de relacionar-nos-hi. Té un llenguatge propi que trenca, entre d'altres coses, amb les barreres d'espai i de temps (desapareixen els horaris i els transports per anar a comprar...).
- Podem optar per ser mers espectadors passius i consumidors d'informació, de relacions, de productes... o podem optar per participar activament de la xarxa, per aprofitar el seu potencial i aprendre a vendre, aprendre a fer escoltar la nostra veu arreu...
- I la virtualitat també s'associa a riscos sobre els que caldrà reflexionar a través de les activitats com ara: què passa amb la identitat digital? Atrapats a les xarxes socials?

### **Transformació**

- La idea de transformació l'associem a la diversitat d'usos que poden tenir les coses per evitar la cultura del comprar, usar i llençar.
- Reflexionar i fer una anàlisi crítica sobre aquesta cultura entorn als valors de cuidar, valorar o reparar.

## **5.2. Continguts generals**

La proposta s'endinsa en diferents eixos temàtics molt genèrics, els continguts dels quals estan totalment interrelacionats en el conjunt d'activitats que recull la proposta.

- Consum, alimentació, salut, estils de vida.
- Consum i medi ambient.
- Consum, publicitat, modes.
- Consum, justícia social, formes alternatives de consum.
- Consum i addiccions.
- Consum, joguines, TIC, usos del temps.
- Consum i gestió dels diners.
- Drets i responsabilitats de les persones consumidores.

## 6. Eix d'animació

### 6.1. El Petit Príncep com a punt de partida



*“...l'únic que importa és la vastitud de l'ànima, amb els seus climes, les seves muntanyes, els seus deserts de silenci, els seus desglaços els seus vessants florits, les seves aigües dorments: tot això és una garantia invisible i sublim. I en ella es basa la teva felicitat, i ja no pots separar-te'n...”*  
*Petit Príncep. Antoine de Saint-Exupéry*

Commemorant el seu 70è aniversari, l'obra mestra d' Antoine de Saint-Exupéry **“El Petit Príncep”** és la història que inspira l'eix d'animació general de la proposta educativa. Hi ha qui diu que el Petit Príncep és un conte per rellegir sovint i al llarg de la vida, per redescobrir-hi nous matisos i per reinterpretar –ne els seus missatges i pensaments. Per a nosaltres, la història d'aquest noi a la recerca del veritable sentit de la vida, en diàleg amb l'aviador, en representació del món adult, ens serveix per crear situacions i recrear entorns que convidin a reflexionar i a fer una anàlisi crítica sobre els valors que associem al consum.

Ens hem animat a recrear un viatge per una galàxia on apareixen els planetes del Petit Príncep i d'altres planetes fantàstics que ens serveixen per abordar les temàtiques de la proposta. Aquest viatge tindrà una durada de dos anys i tots, petits, mitjans, joves, famílies... el podran gaudir. Us proposem, doncs, un mateix eix d'animació per a tots els grups que es desenvoluparà de manera diferent, en funció de les necessitats i els interessos de cada grup d'edat.

#### **Fem una pausa abans de seguir llegint....**

El nostre objectiu és fer-vos participants del desenvolupament de l'eix d'animació per això, en els següents apartats no trobareu una proposta tancada, sinó algunes idees i suggeriments per fer-lo evolucionar.

A partir d'aquí, imagineu i reinventeu el que calgui per aprofitar al màxim totes les possibilitats que ofereix tant la història del Petit Príncep (naturalment caldrà que rellegiu novament l'obra literària), com la galàxia de planetes que hem recreat per treballar el fenomen del consum.

### 6.2. Motivació i ambientació

De la mà del Petit Príncep els infants petits seran convidats a viatjar a una galàxia llunyana i imaginària, la “galàxia del Petit Príncep”. El personatge, un nen inquiet i aventurer, ha aterrat a la terra per fer noves amistats i per donar a conèixer el seu univers.

El Petit Príncep és un infant molt curiós i sempre es fa moltes preguntes: per què hi ha tants nens i nenes a la terra que els agrada les hamburgueses del Mc Donalds? Les vaques volen ser hamburgueses? Què té la xocolata que a tothom li agrada? On es produeix la xocolata? Realment la xocolata agrada a tothom? Què passaria si s'acabés l'aigua? Per què els infants es passen hores i hores asseguts davant de la televisió? Això no és molt avorrit? El sofà no es queixa?

Totes aquestes qüestions i més tenen al Petit Príncep ben encuriós. Ell que viu en un planeta tant petit on només hi viu una rosa i és feliç veient postes de sol. Fins i tot un dia en va veure més de quaranta. Sabeu què són les postes de sol?

El Petit Príncep proposarà als infants petits un viatge a la seva galàxia per a què coneguin els seus planetes i després li expliquin les seves vivències: Què han vist? Com s'han sentit? Què han après? Què proposen fer? Com a mostra del viatge que van fer altres nois i noies i del que hi van veure els mostrarà uns dibuixos que li van donar com a record. S'animaran també els vostres nois i noies a dibuixar-li els seus planetes?

Els planetes, per les seves característiques, actuen com a personatges. Tots diferents i singulars, tenen una particularitat en comú: els agrada fer un munt de preguntes.

### **Cinc idees per presentar la història!**

El Petit Príncep pot posar-se en contacte amb els infants de moltes maneres diferents. Veiem algunes:

1. Fer-lo aparèixer físicament caracteritzat amb el seu cabell groc de punxa, la seva bufanda i la seva vestimenta (tal com el va caracteritzar el seu autor), la qual, podrà anar variant i així ensenyar les múltiples versions existents d'aquest personatge. La bufanda és un element que pot donar molt de joc amb un xic d'imaginació. Per exemple: pot ser un objecte màgic del qual pengem les propostes d'activitats.
2. Fem volar la imaginació i ambientem la sala en l'univers del Petit Príncep. Com si entréssim en una dimensió desconeguda, en el túnel del temps o través d'una porta inter estel·lar, aterrarem en el petit planeta B612 on ens esperarà el nostre amic Petit Príncep per explicar-nos el motiu d'aquest fantàstic viatge.
3. Tots els membres del grup reben una carta a casa seva on el Petit Príncep ens diu que ens vol conèixer i ens proposa un petit jeroglífic . La carta amb poca lletra i el dibuix de la misteriosa "capsa" del petit príncep acompanyada de la pregunta "què hi ha dins?" picarà la curiositat dels infants.
4. També podeu implicar les famílies i que la carta arribi per correu electrònic a les seves adreces. Ben segur que també serà una bona sorpresa per totes elles i una manera "d'enganxar-les" i implicar-les en la proposta educativa des de bon començament.
5. Sempre podeu animar el grup de joves a editar un senzill vídeo per presentar la història i el personatge. Amb el domini que tenen de les noves tecnologies (només els cal fer servir el mòbil) ben segur que els ocuparà poc temps i serà una experiència divertida, poc consumista i de generositat cap als altres.

## Elements simbòlics per organitzar el quotidià

### El quadern de bitàcola



És un llibre màgic on el Petit Príncep escriu totes les preguntes que es fa, les aventures que viu i els aprenentatges que extreu d'aquestes experiències.

Seria interessant que incloguéssim fragments del llibre original del Petit Príncep. Programeu espais per llegir-los amb calma, tot gaudint de la lectura.

Proposem que aquest objecte serveixi per a dues coses: com eina de comunicació entre el grup d'infants i el personatge i com diari de camp de totes les activitats que realitzem.

El quadern de bitàcola sempre estarà disponible i serà una eina per a la reflexió i per a expressar les emocions que senten.

El quadern també pot servir per amagar missatges ocults, per introduir altres històries o més activitats....

Físicament pot tenir aspecte de llibre gegant però també de llibre pop art o ser més innovadors i donar-li un aspecte ben diferent: una capsula, un planeta que s'obre i es tanca....

### El racó del Petit Príncep (o el racó de l'Amistat)

Reserveu un racó a la sala per crear un espai que convidi els infants a estar tranquils i a relaxar-se. Un espai per anar-hi sols o amb els companys i companyes.

Aprofiteu la Rosa del Petit Príncep com a símbol d'aquest lloc i doneu-lo de coses que despertin els sentits: essència de roses, pètals de rosa per fer carícies, missatges positius, etc.

Aquest mateix espai pot servir per tenir contes i objectes referents als temes que anem treballant i a l'obra d'*Antoine de Saint-Exupéry, el Petit Príncep*, perquè els nois i noies els puguin consultar i extreure'n informació. Convé que siguin vistosos i motivadors perquè tinguin ganes de tocar-los i llegir-los.

### Els estels

Es poden aprofitar per realitzar les valoracions. Cada un dels estels pot simbolitzar un infant del grup. Feu-los partícips de la seva creació per tal que estiguin més personalitzats i s'hi reconeguin.

Dibuixeu un gran estel i atorgueu-li un indicador de valoració ( m'ho he passat bé, regular, he après, ens cal millorar, m'agradaria...), a cada una de les seves punxes.

La dinàmica de valoració és ben senzilla: cada tarda, en finalitzar l'activitat, deixarem uns minuts per pensar i tot seguit els infants posaran el seu estel en la punxa (del gran estel) que ells considerin. Després, comentem els resultats.

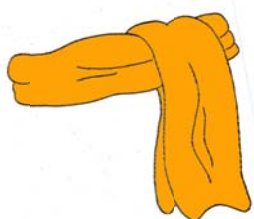
Aprofiteu la imatge del gran estel per incorporar pensaments del Petit Príncep. L'espai del centre podria ser un bon lloc.

Amb els més menuts, els infants de 3 i 4 anys, acompanyeu els indicadors de valoració amb il·lustracions de cares (simbolitzant estat d'ànim), per fer-ho més comprensible.

## L'assemblea estel·lar

Mica en mica convé introduir la idea de l'assemblea com a mecanisme de regulació de la vida del grup i d'organització de les activitats i els projectes. (veure el punt 7.2).

## La bufanda



Aquest complement de la vestimenta del Petit Príncep pot tenir diferents usos. Aquí us proposem bàsicament dos:

Com instrument simbòlic de moderació dels torns en les reunions, valoracions o assemblees. Ens servirà per demanar el torn de paraula, per escoltar activament als companys i companyes, per posar ordre i calmar-nos.

Com element permanent de decoració de la sala. La bufanda pot ser un record que ens regala el Petit Príncep el primer dia que apareix. Però ull que té propietats màgiques: fa aparèixer els planetes, les activitats, ens envia pistes...què més podria fer?

## Planeta viatger, B612

A partir de la dinàmica de funcionament del "llibre viatger" us proposem que creeu el minúscul planeta B612 del Petit Príncep i organitzeu l'activitat del "planeta viatger" durant tot el curs. Pot tenir moltes utilitats. Per exemple: utilitzeu-lo per recollir els "trucs" que tenen les famílies dels vostres infants per reduir el consum energètic a casa, o per recollir moments màgics, de sortides i excursions sense gastar necessàriament diners, etc.

## 6.3. Els planetes

Curs 2013-2014



### Planeta Desig

La idea força que envolta al planeta desig és: què em mou a consumir?. Les emocions com a eix principal de les nostres decisions. El conflicte entre la diversitat de desitjos i entre el desig en contraposició a la necessitat. El temps també juga un paper primordial en les emocions, tant pel que fa l'espera fins que es té el que es desitja com pel que fa a com es dilueix el desig perquè ha deixat d'interessar-me o bé, ja he obtingut el que volia.

Característiques del planeta:

- ✓ En aquest planeta pots sentir com les emocions cobren vida: la passió, la felicitat, la tristesa, la sorpresa, l'alegria, l'ansietat, el desconcert,...
- ✓ És el planeta receptor de tots els desitjos materials. Té la particularitat de canviar de color en funció dels desitjos que rep.
- ✓ Tot el que trobareu està pensat per seduir-vos: grans gratacels amb cartells lluminosos, pantalles gegants que interactuen amb la teva ment i que saben el que desitges, botigues per tot arreu...
- ✓ El planeta té l'habilitat d'aconseguir tot el que ets capaç d'imaginar i desitjar perquè la seva missió és que sempre desitgis coses.



### Planeta Connectat

La idea força que emmarca aquest planeta és: tota acció deixa una petjada i tot i tots estem interconnectats?. Així les accions de consum que realitzem tenen una vinculació amb d'altres accions que repercuteixen a d'altres persones, països o al medi.

Característiques del planeta:

- ✓ El planeta és un gran mirall que reflecteix tot el que ens connecta amb les altres persones, amb el que fem, tant a nivell material com a nivell emocional.
- ✓ Hi ha connexions molt bones que tenen un efecte positiu, però també hi ha d'altres connexions que tenen conseqüències negatives, que provoquen un gran malestar.
- ✓ El planeta, a més a més, és com una gran empresa de missatgeria i tot el que demanes ho pots obtenir. A vegades en menys d'una mil·lèsima de segon, a vegades has d'esperar i esperar i aprendre a esperar.



### Planeta Imprevist

El món és canviant i està en constant moviment. Els productes de consum apareixen i desapareixen creant noves necessitats i nous desitjos, fent que ens quedem desfasats molt ràpidament. Com afrontem el canvi i a l'atzar? Què vull canviar i què vull mantenir?

Característiques del planeta:

- ✓ És el planeta més boig de tota la galàxia. És com una sorpresa permanent. Tot canvia de lloc constantment i apareixen i desapareixen les coses.
- ✓ Mai saps si estàs en el temps present, en el futur o en el passat perquè tot canvia molt ràpidament.
- ✓ Està ple de rellotges molt singulars: en comptes de marcar les hores marquen els canvis d'estat i forma.

### **Planeta Finit**

Per què uns consumeixen tant i d'altres tan poc? El planeta ens convida a reflexionar sobre la redistribució dels recursos, els béns i els serveis. Les relacions de poder, la globalització i els mercats. També sobre la relació entre el consum i la finitud dels recursos naturals, animant-nos a pensar en alternatives a les formes de consum actual. I una volta més: els impactes ambientals del consum tampoc no ens afecten de manera igual a uns i altres.

Característiques del planeta:

- ✓ És un planeta que canvia de mida. Ara ja fa molt de temps que decreix i es fa petit, petit... Però té la capacitat de tornar a la seva dimensió original si es produeixen canvis.
- ✓ Pateix els efectes del consum desmesurat com a conseqüència de les situacions que es produeixen en el planeta desig o de la sobreproducció que es produeix al planeta connectat.
- ✓ Té un vincle molt especial amb el planeta màgic perquè gràcies a ell, de tant en tant, va recuperant la seva dimensió.

### **Planeta Invisible**

Engloba tot allò que no es pot percebre físicament, principalment la virtualitat. La idea força que volem ressaltar és: vius una realitat virtual? Ens interessa reflexionar sobre la importància que pren la virtualitat a les nostres vides per prendre'n consciència i per saber aprofitar tot el seu potencial.

Característiques del planeta:

- ✓ És un planeta molt misteriós perquè aparentment està buit però és ben bé tot el contrari: està ple de realitats virtuals, les quals, se superposen unes sobre les altres.
- ✓ S'ha de vigilar una mica no sigui que et quedis atrapat per alguna d'aquestes realitats tan fantàstiques.
- ✓ El Planeta és com una gran biblioteca invisible, plena d'informació i coneixements on tothom hi té accés i on tothom pot participar per engrandir-la.

### **Planeta Màgic**

En el planeta màgic la imaginació i la creativitat són valors a l'alça per lluitar contra la cultura del "comprar, usar, llençar". La idea força de fons és: podem allargar la vida de les coses? Estudiar (i actuar) sobre com els productes es poden reutilitzar i transformar. Reflexionar sobre la manera en com ens relacionem amb les altres persones: relacions profundes i duradores? Relacions superficials, d'usar i el llençar? Qualitat o quantitat? Ens cuidem i cuidem?

Característiques del planeta:

- ✓ Aquest planeta és ben curiós, les coses que coneixem es transformen en d'altres ben diferents.
- ✓ Té el poder d'allargar la vida de les coses. És el planeta de les segones o terceres oportunitats.
- ✓ És el planeta de la cura i l'exploració d'altres formes de relacionar-se.
- ✓ Molts desitjos que havien quedat en l'oblit van a parar a aquest planeta per transformar-se en coses sorprenents.



#### 6.4. Pistes per presentar els planetes als infants

- Tant si presenteu els planetes mitjançant una fotografia, el quadern de bitàcola o fent-los aparèixer físicament (la tècnica del *paper maché* ofereix moltes possibilitats<sup>3</sup>), és important que des de bon començament apliquem la metodologia de fer-nos “bones preguntes”: què veieu en el planeta? Per què serà així? Quin missatge ens voldrà transmetre?
- Establim doncs un diàleg amb el planeta per anar introduint les temàtiques i les activitats que realitzarem.
- Amb els més petits podem inventar-nos petites històries com per exemple:
  - ✓ **Planeta Desig:** és un planeta ben singular. Conté un imant tan potent que pot atrapar tot el que desitgem. Voleu saber quins desitjos ha atrapat últimament? Aquí els teniu: que vull anar a la lluna, que el peix es transformi en un gelat de maduixa, desaparegui el meu germà petit, poder menjar cada dia.... com veieu els desitjos tenen a veure amb moltes coses diferents. I vosaltres, quina mena de desitjos teniu? I què en feu dels vostres desitjos? Els amagueu? Els regaleu? No us deixen dormir? ... ens atrevim a visitar el Planeta Desig a veure quines aventures ens esperen?
  - ✓ **Planeta Connectat:** es veu que en aquest planeta hi ha un volcà que de tant en tant llença una pols màgica i és aleshores quan podem veure allò que normalment no és visible i com ens connecta els uns amb els altres. Coses com: l'amistat, la marca de xocolata que mengem, la joguina que comprem, les preferències per un determinat color....en el vostre planeta també teniu aquesta pols? Què veuríem si aconseguíssim escampar aquesta pols per tot arreu?
  - ✓ **Planeta Imprevist:** vet aquí la història d'un enigmàtic planeta, quan poses rumb a aquest planeta no sempre tens la garantia d'arribar-hi. Sabeu per què? Doncs perquè a vegades hi és i altres vegades no hi és. I no, no és que desaparegui, és que canvia de lloc, de forma, de color. I és molt important adaptar-se ràpid a aquesta nova situació. Per què canviarà tant? Al vostre planeta també canvien ràpidament les coses? i on van a parar les coses que no fem servir? Tot és per sempre? És infinit? Tenim ganes de saber què ens trobarem en aquest planeta?

Siguem creatius i inventem noves històries per a la resta de planetes!!!

#### Recordeu...

L'eix d'animació de cap manera hauria de fer ombra als objectius que pretenem treballar a través de la proposta educativa. És fàcil deixar-se seduir per l'ambientació i les situacions fantàstiques, però la finalitat principal és la d'estimular una actitud més crítica, més reflexiva i més conscient davant el consum.

#### 6.5. Tancament de l'eix d'animació

A diferència d'altres propostes, enguany no tancarem definitivament l'eix d'animació, només ens acomiadarem temporalment del Petit Príncep. El personatge ens convidarà a retrobar-nos el següent curs per conèixer altres planetes de la seva galàxia i viure més aventures.

Pensem que seria una bona idea fer un avançament del nom dels planetes per encuriosir els infants i crear expectatives.

<sup>3</sup> Aquí us deixem un vídeo molt il·lustratiu de com fer una galàxia de planetes amb la tècnica del *paper maché*. [http://www.youtube.com/watch?v=4vWi3\\_TL8KU&NR=1&feature=endscreen](http://www.youtube.com/watch?v=4vWi3_TL8KU&NR=1&feature=endscreen)

## 7. Estimular la participació, la reflexió i la valoració

### 7.1. Organització interna i autogestió

Alhora de plantejar-nos la organització del grup, hem de tenir en compte que no és possible dissenyar un sol model organitzatiu per al ventall de 3 a 8 anys, perquè la maduració física, intel·lectual i emocional és prou diversa:

Amb els infants més petits, l'organització interna ha de ser molt simple i més aviat basada en l'automatització dels hàbits socials i personals i la repetició de rutines. Moltes d'aquestes coses s'hauran de fer "tots a l'hora" i en d'altres podem començar a assajar el funcionament simultani de grups petits, en el que tots els membres fan la mateixa cosa.

A partir dels 4 i 5 anys, hem d'anar consolidant poc a poc l'estructura del grup en equips petits, que poden desenvolupar feines diferents. A més, en el sí d'aquests grups també es pot començar a diferenciar la tasca de cada membre. A banda dels equips fixes, també és bo fer grups lliures per algunes activitats concretes on els nens i nenes es puguin apuntar segons els propis interessos.

A partir dels 6 i 7 anys, l'estructura del grup en equips petits ha d'estar prou assimilada com per permetre donar joc, en ocasions concretes, a un cap o coordinador de l'equip.

La vida quotidiana i la organització del grup han de tenir uns elements visibles de recolzament que ajudin a consolidar el model de funcionament i a més a més, subratllin l'efecte de compromís personal.

Per això, val la pena utilitzar diversos recursos molt gràfics, com ara:

- Murals o plafons on figuri, de manera esquemàtica, clara i vistosa, amb dibuixos senzills, l'organització de la que es dota el grup, el plànning d'activitats, etc. Encara que els infants petits poden no saber llegir, hem d'incorporar la paraula escrita, grossa i visible, com element referent que aprendran poc a poc a identificar.
- Díptics o quadernets senzills amb la informació necessària i les regles del joc d'algunes activitats més complexes (per exemple, campaments, excursions...)
- Carnets, targetes identificadores, etc... com a element de seguretat a les sortides i també per ambientar determinades activitats.

### 7.2. L'Assemblea Inter estel·lar

L'assemblea és un mecanisme de participació que ens servirà per regular la vida del grup i treballar aspectes de gestió, organització i valoració de les activitats.

Per fer una assemblea hi han certes premisses que hem de tenir molt presents. Aquí teniu algunes orientacions:

- Parlar de temes d'interès per al grup i de l'organització d'activitats i projectes.
- Aprofitar l'assemblea per solucionar petits conflictes i dialogar amb el desig de canviar el que cal per millorar la dinàmica.
- Treballar habilitats del diàleg: empatia, expressar les pròpies opinions, respecte, escolta activa, defensar un posicionament de manera raonada...
- Parlar i dialogar amb la voluntat de construir acords i posar solucions
- Disposar el grup en rotllana, afavoreix el diàleg i amb la simbologia s'enforteix la idea de cooperació i la importància de tots.
- En funció de l'edat i la maduresa del grup es pot introduir la figura del moderador/a. Aquest paper el pot assumir un adult o un membre del grup.

- Incorporeu rutines que ajudin a comprendre la dinàmica de l'assemblea. Per exemple: recordar les finalitats de l'assemblea (avui ens hem reunit per...) Llegir l'ordre del dia ( avui parlarem de les següents coses...), repassem les coses que hem parlat i els acords...
- És important utilitzar un llenguatge clar i directe, evitant explicacions llargues. I a les conclusions, cal evitar conclusions massa generals, traduir els acords en accions concretes, descriure'ls entre tots i establir compromisos.

Recordeu que estem treballant amb un grup d'infants de 3 a 8 anys, caldrà tenir-ho molt present per fer un bon guiatge d'aquest procés.

### 7.3. Espais de reflexió i valoració

Les activitats i els projectes que desenvolupem han d'incloure periòdicament un petit espai natural de reflexió i valoració. Aquests espais han de servir per prendre consciència dels aprenentatges, de com està funcionant el servei/activitats que desenvolupem, del funcionament del grup, i de les persones que formen part del grup.

És bo que segueixin una rutina determinada segons el marc que es tracti: al final de la tarda, o bé al començar el dia (quan estem de colònies ), etc. Cara a diferenciar aquests espais d'altres moments de reunió del grup, convé batejar-los amb un nom que esdevingui una tradició del grup.

És molt important acostumar els infants a valorar tant les coses positives com les negatives. En aquest sentit, l'equip hem d'actuar de manera compensadora, i procurant acabar sempre amb un esperit optimista i de superació.

Segons la maduresa del grup d'infants, hem de poder valorar amb els infants:

- Els aprenentatges: què hem après, quins vinculació té amb el servei, en quins altres contextos podríem utilitzar aquests aprenentatges,...
- Els servei i les activitats que el conformen: què és el que més recorden, què els ha sorprès, si han estat divertides, si s'ho han passat bé, si han estat massa cansades, si s'han fet coses maques,...
- L'ambient o el clima del grup: si hi ha hagut baralles, si tots han estat bons companys, si tothom ha estat content, si s'han trobat solucions quan han aparegut problemes, si l'organització ha funcionat (això ho poden començar a apreciar els més grandets), entre d'altres.

Per fer un treball de valoració amb els infants petits cal seguir tres regles bàsiques:

- ha de ser breu
- ha de ser molt visual
- ha de ser engrescador i animat

Seria un error plantejar sempre les valoracions en gran grup i plantejar sempre la valoració de tots els aspectes possibles.

D'una banda, hi ha aspectes que s'han de poder valorar en petits equips (a mida que els infants són més grandets i comencen a funcionar per equips) o fins i tot individualment, perquè la situació de grup sovint seria massa excitant o tensa (sobretot quan hi ha conflicte).

D'altra banda, sol ser molt més pràctic valorar, un aspecte concret, proposat a començament de la tarda com a objectiu de la trobada, com a fita que concentrarà els esforços de tothom, i anar canviant les fites a cada trobada.

## 8. Possibilitats de treball amb les famílies

La proposta educativa és un excel·lent mitjà per a potenciar la col·laboració amb les famílies, reforçar els lligams de cooperació i impulsar una acció educativa coherent, corresponsable i acollidora.

Tinguem present que els hàbits que els infants adquireixen a l'esplai es transmeten a l'entorn familiar, d'aquí la importància de ser conscients dels valors i contravalors dels nostres actes i gestos.

Més enllà d'organitzar xerrades sobre consum responsable quan s'acosta el Nadal, o d'enviar fulletons amb recomanacions sobre la compra de joguines, valorem el que fem dia a dia, a través del quotidià, perquè són missatges que els infants absorbeixen com esponges i arriben també a les famílies.

És recomanable:

- Fer partícips les famílies de les decisions que l'esplai adopti en relació al consum: berenars més saludables, evitar les llaminadures, estalvi d'energia, reutilització i reciclatge, reducció de determinats productes....Tot en res de consensuar acords i fomentar una acció educativa coherent.
- Organitzar un cicle de xerrades o tallers amb persones expertes que orientin i aportin estratègies per anar introduint la visió d'un consum més crític i conscient en l'àmbit familiar.
- Repensar les activitats que oferim a les famílies, o oferir-ne de noves, en clau de consum crític i conscient: taller de costura, taller de joguines, taller per aprendre a gestionar el pressupost familiar, taller de tertúlia literària al voltant del Petit Príncep...
- Impregnar l'ambient i els espais de l'esplai de la visió del consum que volem transmetre: mitjançant missatges claus, aportant informació sobre activitats que es facin en el municipi, oferir productes de comerç just, etc.

L'eix d'animació també pot ser un canal de comunicació i de treball amb les famílies molt potent:

- Buscar la seva complicitat per presentar el personatge del Petit Príncep (idea proposada a l'apartat "cinc idees per presentar la història").
- Animar-los a comprar el llibre i a compartir espais de lectura amb els seus fills/e.
- Proposar-los un taller de manualitats per crear la galàxia dels planetes. Un bon regal de "Reis" o Amic invisible.

Per últim, recordeu que tant la campanya "Cap menjar a la brossa" com "Espais més Sostenibles" implicarà necessàriament la participació de les famílies.

## 9. Campanya Cap Menjar a la Brossa!

Curs 2013-2014

**Objectiu evitar el malbaratament alimentari i reduir la nostra petjada alimentària**

<http://projectes.esplai.org/capmenjaralabrossa/>

En la línia d'engrescar-nos a fer coses junts, proposem un projecte que pren forma de campanya de sensibilització. Té per finalitat posar l'èmfasi en fer coses conjuntament: no pas, uns al costat dels altres, no pas uns que ajuden als altres, sinó tots i totes, infants i grans, aportant capacitats per assolir un objectiu comú.

Fer això implica un canvi de mirada, significa assajar noves formes organitzatives, vol dir obrir vies de participació que garanteixin que tant l'infant petit com l'adult troben un lloc a l'entitat, es reconeixen i es valoren. Aquest tipus d'experiències reforcen els valors i contribueixen a transmetre la idea que avancem plegats en la mateixa direcció.

La campanya Cap Menjar a la Brossa! Té com a finalitat reduir l'impacte del malbaratament alimentari. El malbaratament es refereix tant a totes aquelles restes de menjars cuinats que llencem, com al que es fa malbé o caduca a la nevera o al rebost i no hem pogut consumir.

A Catalunya es malbaraten més de 260.000 tones d'aliments a l'any, mentre que el 22% de la població catalana viu sota el llindar de la pobresa. Amb el menjar que es llença durant un any es podrien alimentar 500.000 persones. En diferents estudis s'ha comprovat que més de la meitat dels aliments que es llencen es fa a les llars (81 kg a l'any en una família de dos adults i dos infants).<sup>4</sup>

"Cal que reflexionem sobre els nostres hàbits de compra i consum d'aliments i de com aquests afecten la quantitat de menjar que acabem llençant. ¿Per què ens decantem per fruita i verdura d'una determinada mida, forma i color amb uns estàndards estètics que ens vénen definits pel mercat, quan potser una altra peça més 'lletja' probablement serà igual de gustosa i nutritiva, o potser més? Dediquem prou temps a fer una planificació acurada dels nostres àpats i les nostres compres? Sabem com conservar de manera més adequada cada aliment?"<sup>5</sup>

Moltes organitzacions estan duent a terme projectes i accions per reduir el malbaratament alimentari, entre elles, la Fundació del Banc d'Aliments. El que proposem és sumar-nos a aquesta iniciativa aportant el nostre granet de sorra proposant actuacions que incideixen directament en l'àmbit domèstic, cercant la cooperació dels infants i les famílies dels nostres centres.

---

4

<http://www20.gencat.cat/portal/site/familiaescola/menuitem.5b21aabe12191ad9aacf3010b0c0e1a0/?vgnextoid=0bd6b0e3892be310VgnVCM1000008d0c1e0aRCD&vgnnextchannel=0bd6b0e3892be310VgnV>

<sup>5</sup>Font: Ara.cat Berta Gener, membre de l'Associació Espai Ambiental, que du a terme la campanya 'De menjar no en llencem ni mica'.

## 10. Campanya Esplais Més Sostenibles!

**Objectiu: Reduir l'impacte del nostre consum sobre el medi ambient**

<http://projectes.fundesplai.org/esplaismessostenibles/>



“Esplais més Sostenibles” proposa un seguit d'intervencions a partir de la revisió dels nostres hàbits en relació a: els residus que generem a través dels esmorzars i dels berenars, la gestió de l'aigua al centre i l'estat de l'entorn proper.

Tot el que fem a l'esplai és un aprenentatge que pot transferir-se a altres àmbits: a casa, a l'escola, al barri..., D'aquí la doble lectura del títol de la campanya: Esplais i Espais.

Endegar aquest procés suposa un compromís de millora contínua, per això, la implicació dels infants, les famílies, l'equip, és fonamental.

Tots els centres d'esplai de la Federació Catalana de l'Esplai que s'adhereixin a la campanya i assumeixin els seus compromisos rebran el distintiu “Esplais més Sostenibles”. Un reconeixement a la seva tasca i un estímul per seguir treballant envers la sostenibilitat.

En aquesta campanya comptem amb l'assessorament de l'Equip d'Educació Ambiental de la Fundació Catalana de l'Esplai i la col·laboració del departament de Medi Ambient de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.