



# GUIA DEL JOVE CONSUMIDOR



# ÍNDEX

## 1. INTRODUCCIÓ

És evident que els joves ens hem convertit en els darrers anys en un dels objectius (per no dir "víctimes") de l'actual societat de consum. L'espectacular influència dels diferents mitjans de comunicació (televisió, ràdio, revistes, ...), la sofisticació en les diferents tècniques de marketing y publicitat, han fet que moltes vegades els joves consumim d'una manera poc racional (no ens ho pensem gaire abans de comprar quelcom), sense gaire relació amb les nostres veritables necessitats. A més a més, som pocs els que realment coneixem quins són els nostres drets com a consumidors.

L'objectiu bàsic d'aquesta guia és aconseguir que els joves aprenem a consumir d'una manera conscient i responsable, aconseguint així una millora considerable de la nostra qualitat de vida.

Totes les reflexions, recomanacions i orientacions que suggerim en els diferents capítols es recolzen en una legislació que, cada cop més, defensa els drets que com a consumidors tenim i hem de fer respectar. En l'annex 1 trobareu aquells capítols que tenen més incidència en el món juvenil.

## 2. Què VOL DIR SER "CONSUMIDOR"?

Podem definir com a consumidor aquella persona que en un moment donat

compra o adquireix un producte, fa ús d'un servei, sigui públic o privat, i ho fa de manera individual o col·lectivament. Per tant ens convertim en consumidors en molts moments de la nostra vida. No tant sols quan anem a una botiga a comprar quelcom, sinó quan anem a prendre unes "tapes", quan agafem l'autobús, quan estem ingressats en un hospital, i en moltes més situacions que anirem analitzant. Però ens podem preguntar; per què és tant important analitzar algunes d'aquestes situacions i la necessitat d'aquesta conscienciació com a consumidors responsables. La resposta radica en l'evident desequilibri que existeix entre el sector productiu i distributiu, és a dir, la indústria i el comerç (les empreses i establiments), per un costat, i el sector consumidor (les persones que compren o utilitzen serveis), per l'altre. Sembla evident que els primers sectors disposen de molts més mitjans per desequilibrar aquesta situació, i és per això que cal que tot ciutadà (especialment els joves) prengui consciència dels seus drets com a consumidor i desenvolupi unes actituds més racionals i crítiques envers el fet, quasi diari i constant, de consumir.

I a més a més cal exercir els nostres drets com a consumidors de forma quotidiana. Per tant, no deixeu passar els petits "fraus" o incidents que puguin tenir lloc en les compres diàries. Es a dir, no es tracta tant d'una qüestió merament de interessos econòmics ("no ve de uns euros") sinó més aviat d'una qüestió de principis i actituds. És d'aquesta manera, reclamant quan toca, com podrem racionalitzar la qualitat del nostre consum, i per tant, la nostra qualitat de vida.

## 3. CONSUMIR d'una MANERA SALUDABLE

Tots aquells productes i serveis destinats als consumidors no poden comportar cap manera de risc per a la nostra salut i seguretat. Fins i tot aquells productes que ja per si mateixos estan destinats a la salut i a la cura higiènica i estètica de la persona han de complir unes condicions mínimes i han d'informar-nos sobre la seva composició, propietats, condicions, precaucions d'ús i data de caducitat.

### 3.1 Controlant l'auto-medicació:

Analitzeu per un moment la farmaciola de casa vostra. Per començar trobareu molts medicaments que ja estan caducats. A més a més, és possible que trobeu alguns sense caixa o sense full informatiu. A part d'això no sempre recordareu exactament per a quina malaltia vareu utilitzar aquell medicament, quina dosi i durant quan de temps. És per això que l'automedicació es pot convertir en un veritable perill per a la vostra salut. Per tant, cal acostumar-se a prendre els medicaments només sota prescripció mèdica, o en alguns casos concrets amb el consell del farmacèutic/a.

### 3.2 "Em fa mal la cara de ser tan guapa/o":

Siguem sincers: una de les coses que més ens preocupen als joves és el nostre aspecte físic. Sembla demostrat que els joves consumim bastants productes relacionats amb l'estètica. En aquest aspecte, com en d'altres, cal recordar que no sempre un alt preu és sinònim d'alta qualitat, moltes vegades estàs

pagant la marca, o bé la campanya publicitària dels "guaperes" que promocio-na el producte, però no el producte en sí.

### 3.3 Mantenir la línia:

Un dels àmbits en els que cal anar amb més preocupació és el dels "màgics" mètodes per aprimar-se. S'ha de saber que alguns d'ells poden tenir efectes negatius sobre la salut de la persona, o tan sols son efectius durant un curt període de temps. Sens dubte, la millor orientació en aquest àmbit seria la d'un professional de la salut (metge, dietista, psicòleg, ...) i per què no, una seriosa reflexió sobre l'acceptació d'un mateix, valoració estètica - salut, la influència dels mitjans de comunicació... A més a més, per desgràcia, aquesta tendència generalitzada per aprimar-se pot esdevenir una obsessió, símptoma conegut com la malaltia anomenada **anorèxia** o **bulímia** nerviosa. Aquesta afecta, sobretot, a les joves adolescents, i segurament la majoria de vosaltres sabeu que les dificultats per sortir-se'n són molt grans.

### 3.4 "Safe sex" (sexu segur):

Sovint ens iniciem al sexe sense la suficient informació i si bé solament la seva experimentació personal ens permetrà aprofundir en el seu coneixement, cal saber més coses per evitar riscos i malalties. Cal parlar d'anticonceptius i de malalties de transmissió sexual (la SIDA entre elles). Cal saber que utilitzant preservatius, l'acte sexual pot ser igualment fantàstic i sobretot, molt més segur, i que en prenent pastilles, posant-se un DIU o un Diafragma, podem evitar molts embarassos no desitjats.

L'anticonceptiu més utilitzat, i en aquests moments el més recomanat, és el preservatiu, tant per evitar embarassos no desitjats com per a prevenir malalties de transmissió sexual. Per tot això és important tenir en compte alguns consells:

- Comprovar sempre la data de caducitat (ha de constar en la capsula i en l'embolcall del preservatiu).
- Comproveu que estiguin fets de làtex, que compleixin la norma UNE (ho indica a l'envàs).
- Triar preferentment els que portin espermicida (són més segurs).
- Comprar-los preferentment als supermercats o farmàcies i rebutjar els preservatius de fantasia que no portin la informació abans esmentada.
- Llegir i seguir les normes d'ús.

### 3.5 Com passar de les drogues?

Parlant de Consum Jove i Salut no podem oblidar un tema tan important com és el de les drogues. Quan parlem de drogues, normalment pensem en les anomenades il·legals. Moltes d'elles son rebutjades socialment, com son l'heroïna i la cocaïna i les altres, que en alguns moments i en certs ambients es posen, relativament de moda com son la marihuana, èxtasi o altres drogues de disseny. Però hi ha una evidència i és que tots els especialistes s'han posat d'acord en el fet d'incloure el tabac i l'alcohol com a drogues. Tot i que aquestes estan amplament acceptades per a la majoria de la societat, i el seu consum força normalitzat.

#### 3.5.1.-... Passem de les il·legals!!

En primer lloc, cal desmitificar la idea que molts joves són drogadictes. Es

tracta d'un estereotip que sentim moltes vegades, i que entre tots hem d'intentar lluitar per modificar. El que sí és cert, es que la majoria de joves drogo-dependents s'inicien en el consum de drogues quan son adolescents o joves. També és veritat que pels productors i distribuïdors d'aquestes substàncies, el món juvenils els hi representa el "mercat" més accessible, manipulable i rentable a "col·locar els seus productes".

Però de nou, us recordem la importància d'un consum responsable, ben reflexionat i crític. Sobretot, quan el que està en joc, és la teva salut, i en més d'un cas, la teva vida. És per això que cal informar-se correctament de les característiques, la composició, els efectes nocius i la dependència psicològica i física que poden derivar del consum d'una determinada droga.

I és evident, que aquesta informació no s'acostuma a trobar en la persona que proporciona la substància, qui normalment es limitarà a garantir els efectes inicials estimulants o al·lucinants del producte, ignorant els efectes posteriors (i el factor addicció) algunes vegades per ignorància, però sobre tot, per interessos "comercials".

Tot i que l'entorn social és important, hi ha un fet que és inqüestionable, la decisió final de consumir o no una determinada substància, és personal i si cal, per vèncer la pressió del grup i el cercle que ens envolta, hem d'anar a veure un especialista. Dirigiu-vos al vostre metge de capçalera, als Serveis Socials del vostre Ajuntament o a un dels centres de la Xarxa d'atenció a les Drogodependències de la Generalitat. També un podeu adreçar a la Línia Verda d'informació i orientació sobre

l'alcoholisme i les altres drogodependències.

### **3.5.2 Posats a passar...passem de les legals!!!**

Com ja dèiem abans, tot i que el tabac i l'alcohol tenen efectes perjudicials per la nostra salut, creen dependència física i psicològica, i per tant es consideren drogues, el seu ús i abús, està absolutament integrat en la nostra cultura i en els seus hàbits.

Per tant, el plantejament que com a joves consumidors hauriem d'enfrontar, seria paral·lel al ja esmentat, però matisant alguns aspectes.

Un de bàsic, és el de la influència de la publicitat (ja li dediquem un capítol en aquesta guia). Si per un moment analitzeu la majoria dels anuncis d'aquests productes, comprovareu com una altra vegada s'omet una informació bàsica com és la composició del producte, els seus efectes perjudicials per a la salut, i en canvi s'associa el producte, els seus efectes perjudicials per a la salut, i en canvi s'associa el producte a uns conceptes que no tenen realment gaire a veure amb aquesta beguda alcohòlica o marca de tabac, com poden ser la bellesa, l'èxit, la valentia, etc...

En el tema del tabac, sembla haver-hi una certa polèmica social, i cent enfrontament entre sectors "radicals" fumadors i no fumadors. És cert que progressivament hi ha més consciència dels efectes nocius del tabac, de la prohibició de fumar en indrets públics, espais tancats, ... però també és cert que un fumador no deixarà de ser-ho per que se'l obligui.

Per tant, tornem a optar per una pressa de decisió el més lliure i responsable possible, davant la possibilitat o del consum de tabac. Si ja fumeu, la nicotina segueix exercint el seu paper, valoreu la possibilitat de deixar-ho, hi ha moltes tècniques, però us recomanem les més naturals o d'auto-convenciment.

El tema de l'alcohol, té unes connotacions lleugerament diferents. Per una part, acostuma a associar-se a la diversió i la festa. Aquest pensament tant generalitzat té una part de raó, el referent als efectes inicials estimulants de l'alcohol. Però també en nega una altra realitat, com ara els efectes perjudicials per al nostre organisme i la dependència que provoca.

### **3.6. Alcohol? No gràcies, avui condueixo jo!!**

Cal recordar que conduir un vehicle havent begut alcohol augmenta el risc de patir un accident. El consum de begudes alcohòliques contribueix a un 50% dels accidents de trànsit.

Les causes són clares: l'alcohol afecta les aptituds necessàries per a una conducció segura, que també estan afectades pel cansament de la "marxa" nocturna.

Algunes recomanacions útils al respecte podien ser:

- Si sortiu de nit, assegureu-vos que el conductor del vehicle (especialment si sou vosaltres) s'ha "enrotllat" i aquella nit no ha begut (aquest intel·ligent hàbit està molt arrelat entre la majoria de joves europeus i cada cop més en el nostre país).

- Utilitzeu transports públics (Nit bus, trens, metro i taxis).
- Fixeu-vos en els graus de les begudes alcohòliques que consumiu ( a partir de 2/3 canyes de cervesa, 1/2 cubates, 3/4 copes de vi, 2/3 "chupitos" o qualsevol combinació d'aquests ja es recomana no conduir i duplicant aquestes quantitats ja es considera il·legal i et poden arribar a retirar el carnet).
- Desmitificar idees falses com: L'alcohol perd els seus efectes amb cafè i sal, menjant per fer "esponja", suant, dormint una mica...Tan sols el pas del temps permet eliminar l'alcohol de l'organisme. Es triga aproximadament una hora en eliminar l'alcohol contingut en un "cubata" o una mitjana de cervesa.
- La única manera d'eliminar els riscos de l'alcohol sobre la conducció, és abstenir-se de consumir begudes alcohòliques si s'ha de conduir.

### 3.7.- Sabem realment el que mengem?

En general podem dir que tant si compreu un producte alimentari en una botiga, supermercat, etc, com si el consumiu en un establiment públic com pot ser un bar, restaurant, etc., caldrà verificar sempre la seva data de caducitat i el seu estat. I si us trobeu algun aliment que no reuneixi les condicions necessàries per a ser consumit, recordeu que teniu tot el dret a demanar-ne un en bones condicions, si el canvi no es produïu, sol·licitar un full de **reclamacions**.

Algunes reclamacions pràctiques, podrien ser comprovar que:

- Les instal·lacions són adients als aliments (vitriues, neveres, prestatges,...)
- El vestuari del personal és adient (bates, barrets, guants,...)
- Els serveis estiguin prou nets i en condicions.
- Les llaunes no estiguin bombades, rovellades ni amb cops.
- Els productes com nata o mahonesa siguin fetes del dia.
- Els gots, coberts i plats estiguin suficientment nets.
- El llistat de preus sigui visible i entenedor.

Podem considerar que els hàbits alimentaris de la nostra societat no són tan negatius com d'altres, i veritablement molts especialistes en dietètica destaquen la dieta mediterrània (en la que ens incloem) com força equilibrada i saludable. Tot i això hi ha alguns aspectes a matisar:

- Tot i que la cultura de "les tapes" promou la sociabilitat, fa més divertit i variat l'àpat, hem de destacar que no es tracta d'una activitat gaire saludable, bàsicament perquè s'interfereix varies vegades el procés digestiu.
- Especialment entre els adolescents i els joves s'està posant molt de moda els "fast-food". El menjar d'aquests establiments constitueixen una dieta força desequilibrada, tot i que aporta moltes calories, és molt pobre en proteïnes.

### 3.8.- Com jugar amb foc sense cremar-se?

Són especialment perillosos aquells compostos de substàncies inflamables,

tòxiques, corrosives o abrasives. Aquests han de portar signes externs que adverteixin dels riscos que comporten i explicacions de les mesures adequades per a contrarestar-ne els seus efectes nocius. És especialment l'època de revetlles, quan aquestes indicacions prenen una significació especial. Per tant informeu-vos bé de les instruccions i els possibles riscos que comporten els petards, coets, etc...

Aquests són els indicadors de perill més comuns que podem trobar en aquests i altres i altres productes:

**TÒXICS:** Substàncies que per inhalació, ingestió o penetració cutània poden suposar un risc greu, agut o crònic i fins i tot la mort.

**INFLAMABLES:** Substàncies que poden provocar un foc amb certa facilitat, reaccionant amb un altre element.

**NOCIVES:** Substàncies que per desintegració espontània d'un nucli de l'àtom, emeten partícules o radiacions electro-magnètiques.

## 4. CIUTADANS i CONSUMIDORS RESPONSABLES

Consumir de manera responsable pot tenir diferents vessants, com ara la de comprar conscientment el que realment necessitem, tot comparant preus i característiques dels productes que ens ofereix el mercat i exigint els pressupostos, garanties, factures i demés documentació per tal de disposar de tota la documentació en cas de recla-

mació. O, també anomenen consum just o consum responsable el que pre-conitzen les ONGs juntament amb les associacions de consumidors, per tal d'introduir criteris de racionalització en l'acte de la compra.

Hem de desterrar l'idea de que consumir més és consumir millor i si a més a més ens podem permetre fer un consum més responsable millor que millor.

Les multinacionals han començat a reconsiderar les seves tècniques productives i darrerament algunes han manifestat la seva voluntat de contribuir a un consum solidari, contractant a persones adultes a les seves factories i rebutjant el treball infantil que, fins ara s'utilitzava per reduir costos empresarials.

Hi ha propostes polítiques en el sentit d'incorporar una etiqueta social única que garanteixi que els productes s'han elaborat seguint un codi ètic de conducta respectuós amb les condicions laborals dels treballadors.

De moment, l'anomenat consum just (responsable o solidari) és marginal i només es generalitzarà si les empreses introdueixen a les etiquetes informació complerta sobre l'origen i les característiques dels productes.

La possibilitat de comercialització sols resulta factible mitjançant tècniques comercials i de publicitat que donin a conèixer que l'ajut al Tercer Món és també possible adquirint productes bàsics per al desenvolupament de comunitats indígenes, que no disposen d'altres mitjans.

## 5. Com ser VERITABLES "CONSUMIDORS ECOLOGISTES?

Cal que no passi de moda l'ecologia, si volem que la terra continuï sent habitable per a tothom i als consumidors podem contribuir-hi, si consumim amb criteris ecològics, tot fugint del que es va batejar com a societat de consum.

Es tractaria d'assumir i promoure uns hàbits i unes actituds eficaces per a preservar el nostre medi ambient. Especialment recordem la importància de consumir aquells productes que puguin reciclar-se, i l'obligació que administracions i establiments ofereixin la possibilitat de dipositar els productes ja consumits (piles, papers, vidres,...) en els contenidors pertinents. Per tant, tenim tot el dret a reclamar els suficients contenidors d'aquests productes a les autoritats o als serveis corresponents dels nostres municipis, barris i escoles.

Avui en dia podem trobar en el mercat molts productes que s'auto-anuncien com a "productes ecològics". En principi la majoria podem haver estat fabricades amb substàncies menys agressives pel medi ambient, malgrat això hi ha molta publicitat que pot induir a engany al consumidor.

A Catalunya tenim dos sistemes d'eco-etiquetatge de productes que gaudeixen del suport del Departament del Medi Ambient: el Distintiu de garantia de

qualitat ambiental, sistema propi de la Generalitat de Catalunya i l'Etiqueta ecològica de la Unió Europea, sistema comú als 15 països que la formen

### DISTINTIUS!!!

Tots dos sistemes són voluntaris i el seu abast són els productes de consum exclosos begudes, aliments i productes farmacèutics. Per poder obtenir-los, els productes han de complir amb els criteris mediambientals prèviament establerts sota la supervisió del Departament de Medi Ambient.

Introduïm a continuació un llistat de diferents consells pràctics que ens poden ajudar a consumir d'una manera molt més ecològica, i per tant, preservant el nostra ja malmès medi ambient:

- Intentar no comprar productes elaborats a partir d'espècies animals o vegetals protegides o en perill d'extinció (ivori, caoba, coral, pells de diferents animals,...)
- Utilitzar al màxim els transports públics (son més econòmics, es gasta menys benzina i es contamina menys). Això contribuirà a reduir la pluja àcida que està fent malbé molts dels nostres llacs, arbres i edificis.
- Promoure la compra de cotxes que utilitzen benzina sense plom.
- Conduir a una velocitat moderada i constant (sense moltes frenades i acceleracions). Reduiràs el risc, d'accidents, estalviaràs benzina i, sobretot, contaminaràs molt menys.
- Evitar els productes "utilitzar i llençar" (tovallons de paper, begudes en llauna o de plàstic, etc.) exponents

d'una cultura "ultra consumista" que ha perjudicat molt el nostre entorn.

- Intentar buscar un nou ús per a ampelles, bosses, caixes,...
- Intentar reduir progressivament el volum de deixalles i escombraries acumulat diàriament.
- Intentar estalviar o tornar a utilitzar paper, i alhora promoure l'ús i la compra de paper reciclat.
- Intentar no comprar productes alimentaris que siguin presentats en safates de "porespan", ja que la majoria porten CFCs (només el poliestireno expandit (EPS es lliure de CFCs i HCFCs). Aquestes substàncies són conegudes per la seva participació en la destrucció de la capa d'ozó (necessària per a protegir-nos dels raigs solars ultravioletes).
- No deixar encesos els llums o els electrodomèstics, sinó els estem utilitzant. Si això es converteix en una veritable consciència col·lectiva les centrals elèctriques reduiran la seva emissió de CO<sub>2</sub>, una de les conseqüències de l'efecte hivernacle (escalfament progressiu de l'atmosfera).
- Comprovar que portes i finestres aïllen correctament del fred i el calor, evitant un consum major de calefacció, estufes, aire condicionat, etc...
- No gastar més aigua de la necessària, i vigilar que les aixetes estiguin ben tancades. L'aigua és un bé escàs i limitat encara que no ho sembli. Dutxa't enlloc de banyar-te, no deixis l'aixeta rajant mentre et rentes les dents o t'ensabones.
- Evitar al màxim l'ús d'aerosols que destrossen la capa d'ozó. Utilitzeu desodorants de barra o ambientadors de pastilla.

## 6. ESTEM REALMENT INFORMATS del que COMPREM?

Abans de comprar un producte o fer ús d'un servei cal comprovar que el preu estigui clarament especificat i que se'ns doni la factura i rebut corresponents. I a més, durant el consum o l'ús es mantingui i es demostrï la qualitat esperada d'aquest producte o servei. S'haurà d'exigir, sempre que sigui possible, la garantia del producte i comprovar les seves característiques i durada. Per tant, els nostres drets com a consumidors segueixen vigents després de la compra del producte. De fet, en molts casos, és després d'un temps de la compra quan ens adonem que la qualitat anunciada i esperada no correspon amb la realitat. Així doncs, recordem que aleshores podrem fer la reclamació pertinent.

Sobre el tema dels preus, s'ha de tenir present que hi ha lliure mercat i només els bens i serveis públics (aigua, llum, gas, transports,...) tenen estipulat un preu per les autoritats; a la resta és el mercat i la competència els que intervenen, per la qual cosa no podem reclamar pel fet de trobar car un producte determinat.

Darrerament s'està implantant cada cop més les compres per correu, per telèfon, per televisió,...En tots aquests casos recordeu que els vostres drets com a consumidors segueixen intactes. De fet tota compra realitzada fora d'establiment comercial està protegida especialment per evitar que la insistència dels comercials o l'atractiu de la

publicitat ens facin comprar allò que no volem realment: hi ha un període de **reflexió de set dies, durant el qual pots desistir de la teva compra i exigir la recuperació de l'import satisfet.**

També durant les rebaixes els drets dels consumidors es mantenen i es pot reclamar sempre que el producte sigui defectuós, presentant la factura corresponent. A més a més, cal saber que els productes rebaixats han de ser els mateixos que ofereix l'establiment en plena temporada i que al ser rebaixats s'ha d'exhibir el preu nou i l'antic. Convé aprofitar les rebaixes per comprar el que necessitem a preus més avantatjosos i fugir de la compra per impuls per que de vegades ens carreguem de coses innecessàries, perdent la possibilitat d'estalviar realment.

És important informar-se al màxim abans d'adquirir o consumir un producte, i d'escollir el que creiem més adient (relació preu-qualitat), demanant un pressupost previ, si s'escau (sobre tot quan fem obres, portem el cotxe al taller o encarreguem quelcom). En aquest sentit una tècnica molt interessant és la de l'anàlisi comparatiu de productes. És a dir, analitzar "els pros i els contres" de diferents marques d'un mateix producte i comparar-les a més a més segons el preu que ofereix cada establiment, així podem fer la compra més adient i econòmica. Podreu trobar aquests anàlisi comparatiu a publicacions especialitzades en consum.

Una altra reflexió important al respecte, és la progressiva tendència actual a realitzar les compres en grans centres comercials, hipermercats, ...En aquests establiments trobem un "bombardeig"

increïble de productes a consumir, infinites ofertes i promocions. Per tant, cal anar relativament "protegits amb l'escut", això significa que cal portar un llistat del què realment necessitem, o una verificació de les ofertes, valorant ens interessa.

És important recordar que, sigui quina sigui l'import de la compra, cal demanar sempre l'albarà de lliurament, la factura de compra o el rebut, doncs sense aquests documents serà realment difícil poder realitzar una reclamació, si s'escau.

## 7. L'AIRE esta FORMAT per OXIGEN, NITROGEN i PUBLICITAT!!!

Una atenció especial requereix el tema de la publicitat.

En primer lloc direm que l'aparició de la publicitat en la nostra societat tenia, i en principi ha de tenir, un efecte beneficiós pels consumidors, ja que ha de facilitar l'elecció entre les diferents alternatives d'un mateix producte. Però per desgràcia, en moltes ocasions, la publicitat es transforma en una eina de manipulació, incitant a un consum innecessari, desmesurat i de vegades oferint unes característiques i una qualitat que no es corresponen a la realitat. Per tant, caldrà saber valorar-la d'una manera adient i exercir cert control sobre ella.

Un cas interessant és el de la publicitat subliminal, que és aquella que arriba

directament al subconscient del consumidor, sense que aquest se n'adoni. Un exemple seria quan estem veiem una pel·lícula i surt com per casualitat una marca determinada de tabac o de begudes. Segurament, quan acabis de veure la pel·lícula, et vingui de gust fumar (si ets fumador) o beure un got d'aquella beguda, per que el teu subconscient ha captat el missatge publicitari.

L'eminent expert en dietètica, que per exemple ens assegura que el producte que promociona és baix en colesterol o ideal per aprimar-se, pot semblar que dona una informació didàctica i desinteressada, i en realitat es tracta d'un anunci com a qualsevol altre.

Cal que els joves siguem conscients que moltes campanyes publicitàries van dirigides a nosaltres, com a col·lectiu especialment sensible a la moda i a portar tot allò que ens fa especialment atractius als demés. Abans de comprar o consumir un producte o servei, caldrà verificar si aquest correspon plenament a les característiques anunciades, i també reflexionar si realment volem i/o necessitem consumir o comprar aquest producte o servei, o senzillament som víctimes de la influència de la publicitat. Així doncs, caldrà esbrinar en tot missatge publicitari quina informació és necessària i quina és supèrflua, quines son les dades realment d'interès i quines son només d'autopromoció. Per exemple, diferents estudis demostren que el gran objectiu de la majoria de companyes publicitàries de les grans marques de tabac i alcohol som els joves.

Com ja hem vist en el capítol 3, aquestes acostumen a associar el producte a

conceptes atractius pels joves (bellesa, fama èxit,...) però en canvi no informen dels efectes perjudicials que per a la nostra salut provoqui. Això voldrà dir que davant de situacions com aquestes es interessant fer algunes reflexions a nivell personal o col·lectiu, i tendir a un consum més responsable i conscient.

## 8. El DRET d'ADMISSIÓ

Quants cops heu arribat a la porta d'una discoteca o d'un bar musical, i no us han deixat entrar?. L'excusa del "dret d'admissió" per part dels "guardians" d'aquests locals, molts cop no és legal ni està justificada. La utilització del Dret d'Admissió haurà d'anar obligatòriament acompanyada de l'exposició ben visible de cartells o publicitat en els quals s'ha d'especificar de forma clara i objectiva els requisits necessaris per a entrar al corresponent local. Prohibir l'entrada per la manera d'anar vestit, el color de la pell, si vas amb cadira de rodes, si portes el cabell llarg o massa curt és inconstitucional, per que afecta als drets fonamentals de la persona (dret a la imatge a la no discriminació, etc...) Per tant si el propietari vol seleccionar la seva clientela ho ha de fer d'altra manera: donant accés únicament als socis o exposant els motius del rebuig de forma clara i sense atemptar contra els drets de la persona.

Fem un repàs de les irregularitats existents:

- Arribes al local de moda disposat a passar la nit, quan poses el peu a la porta et trobes amb un individu que et diu: "Espera un moment, quanta gent

sou?". Tu li contestes, i mentre esperes veus com la gent que arriba després que tu, entra.

- Et trobes en la mateixa situació, però en aquest cas el porter et diu: "L'entrada són 20 €, quan paguis entraràs".
- En igual situació el porter no et deixa passar per la manera com vas vestit i veus que hi ha joves que van com tu i els deixen entrar.

Si t'has vist involucrat en qualsevol d'aquestes situacions i a més a més el porter del local t'ha amenaçat verbalment o t'ha agredit físicament, has de saber que aquest fet potser sancionat com a causa d'incitació a l'aldarull i a l'ava-lot. Tanmateix la legislació prohibeix portar armes o cap altra classe d'objec-tes que puguin emparar-se com a tals dins d'aquests locals, tan per empleats com pels usuaris.

### 8.1 Què s'ha de fer?


- Exigir sempre l'exposició de cartells on constin els requisits per a entrar i els preus de les entrades.
- Si no els tenen, que és el més usual a les nostres ciutats, demana el full de reclamacions i exposa-hi tot el que t'hagi passat, així com les teves dades personals (nom, DNI, adreça,...) i les del local en qüestió.
- També pots anar directament a la Guàrdia Urbana i posar una denúncia pels fets o pel simple fet de no haver-te donat el full de reclamacions.

No pensis que no val la pena o que no servirà de res, al contrari, servirà molt. Les multes i suspensions no triguen a caure, així que ja ho saps, no et tallis i actua.

## 9. Com SENTIR-SE RECOLZAT DAVANT els TEMES de CONSUM: les ASSOCIACIONS de CONSUMIDORS

Les associacions de consumidors tenen l'objectiu de defensar i representar els interessos dels consumidors. Ens protegeixen i donen suport davant de qualsevol vulneració dels drets que hem estat analitzant.

Son entitats privades sense afany de lucre (no fan negoci), que son finançades per les quotes dels socis i gràcies al suport de les administracions públiques. La majoria disposen de professionals del dret especialitzats en consum per tal de dur a terme les reclamacions dels seus associats i la defensa dels consumidors en general davant de situacions injustes o contràries als seus interessos. A més a més, algunes, com la Unió de Consumidors de Catalunya-UCC realitzen anàlisi comparatius de productes i serveis, editen guies informatives sobre temes de consum (habitatge, serveis bancaris, arbitratge, multipropietat, etc.), duen a terme iniciatives legislatives per la millora i reconeixement dels nostres drets com a ciutadans consumidors, .... Unes poques tracten temes específics (bancs, sanitat, etc.) o atenen a col·lectius determinats de joves (Consum Rebel) o gent gran; la majoria, però, és de caràcter generalista i disposa d'especialistes en totes les branques del consum.



Les més representatives (com la Unió de Consumidores de España -UCE) estan representades al Consejo de Consumidores y Usuarios, organisme que depèn del Ministerio de Sanidad y Consumo i es consultat sovint al tràmit d'audiència en les lleis que afecten als consumidors.

Al nostre país, el moviment associatiu consumidorista comença a tenir força arrel del afer de la colza ( a principis dels 80) i encara no ha assolit la força que té als països de la Europa Nord o a Anglaterra, on tenen un pes específic molt important. La manca de socis o afiliats, però es comparable a la que acusen d'altres moviments associatius (sindicats, partits polítics) al nostre país. És habitual que ens associem quan tenim un problema concret, però no estem gaire acostumats a fer-ho pel sol fet de contribuir a una causa comuna

En aquest sentit, cal insistir en la necessitat de recolzar a les associacions de consumidors com a representants de tots nosaltres (tots som consumidors, des de que prenem un cafè al bar fins quan lloguem un pis o comprem una moto de segona mà), per tal d'aconseguir un mercat més transparent i més just i evitar que els interessos de les grans empreses obstaculitzin el compliment dels nostres drets.

Així doncs, i tenint en compte que cal lluitar contra l'esmenta't desequilibri que patim el col·lectiu de consumidors i usuaris davant el sector productiu i distributiu, sembla evident que cal unir esforços i dees per tal que aquesta tasca sigui més forta i efectiva. És per aquest motiu que recomanem adherir-

se en aquestes associacions, per així poder tenir més força davant la defensa dels nostres drets com a ciutadans-consumidors i usuaris.

## 10. Què FEM QUAN VOLEM RECLAMAR o DENUNCIAR?



Primer de tot, és recomanable exposar la queixa al mateix comerciant o empresari, demanant-li el canvi del producte o la devolució del preu satisfet. En cas de no ser atesa la nostra petició, cal informar-se si l'establiment té la obligació de disposar de **fulls de reclamacions**, donat que no tots son obligats. Podem demanar aquest full, als següents establiments: **autoescoles, autopistes, atraccions, benzineres, discoteques, tintorereries, serveis de grues, establiments d'aventura, hotels i restaurants, fleques, espectacles, parcs aquàtics, salons recreatius, tallers de reparació d'electrodomèstics i cotxes, transports, botigues de roba, calçat, cotilleria, informàtica, mobles, venda d'electrodomèstics, vehicles i alimentació.**

Els fulls de reclamació són exemplars que consten de tres fulles, una on escriureu la reclamació que haureu de portar a l'organisme receptor; una segona que serà la còpia vostra i una altra fulla que és per a l'establiment reclamat.

Heu d'afegir a la reclamació tota la documentació complementària de la que disposeu (còpies de factures, comprovants de despeses, albarans, garanties, ...).

Un cop emplenat, podeu presentar el full (previ segellament de la vostra còpia) als següents organismes i institucions:

- Associacions de Consumidors (en el capítol 9 ja hem vist les seves funcions)
- Oficines Municipals/Comarcals d'Informació al Consumidor (OMICs/OCICs): orienten i informen als consumidors, alhora que remeten la reclamació on correspongui.
- Delegacions territorials d'Indústria, Comerç i Turisme a Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona.

L'admissió de la reclamació formulada al full de reclamacions dona lloc a un expedient sancionador, que pot concloure amb una multa per l'establiment infractor.

Malgrat tot, de vegades ens cal resoldre les nostres diferències de manera ràpida i trobant solucions pràctiques. En aquests casos, l'arbitratge de consum esdevé el millor dels sistemes.

Les juntes arbitral de consum són procediments molts ràpids i gratuïts i estan compostes per representants de consumidors (associacions de consumidors i usuaris) i representants del gremi o activitat a la que pertany l'establiment en qüestió; tots dos juntament amb el President de la Junta Arbitral que és funcionari públic i llicenciat en dret escolten a les parts i decideixen mitjançant un laude la solució més equitativa en cada cas. L'únic requisit és que l'establiment s'adhereixi a la Junta Arbitral i accepti per endavant l'acceptació del laude. Tot i així, són cada vegada més els comerciants que hi

formen part, ja que el fet d'adherir-se en aquest sistema dóna a l'establiment una garantia de qualitat i honestedat. Aquest és el logotip amb el que podeu identificar aquests comerços:

LOGOTIPS!!

Una vegada es dicta el laude i si malgrat tot l'establiment no el compleix, es pot sol·licitar la seva execució davant dels tribunals de justícia com si fos una sentència dictada per un jutge.

Com podeu comprovar no ens estem de res, comptem amb l'ajut de les associacions, de l'administració pública i dispoem de les eines adients, per tant el consell que us proposem en aquest capítol no és cap sorpresa: No tingueu cap por a reclamar si creieu que teniu raó. Deixeu-vos orientar per especialistes en el tema i seguïu els passos establerts.

## 11. Quins GRUPS ESTAN ESPECIALMENT PROTEGITS per la LLEI?

### 11.1. Els infants

En aquest apartat es fa evident un comentari sobre d'increïble influència de la televisió en els infants i els adolescents. I si realment s'analitza el contingut de la majoria d'anuncis, programes i pel·lícules es pot valorar que aquests, a més a més de tenir un alt índex de violència, inciten molt sovint a un consum irreflexiu i quasi sempre innecessari. Tal i com ja comentàvem

anteriorment, la majoria de vegades els joves i els infants son l'objectiu prioritari de moltes campanyes publicitàries, que manipulen d'una manera poc ètica els seus gustos i hàbits consumistes.

Al Consell de l'Audiovisual de Catalunya vetlla pel compliment del que estableixen les regulacions relatives a la programació i la publicitat audiovisuals, recull les demandes i suggeriments dels usuaris del mitjans i du a terme controls de la programació. Si voleu, us podreu adreçar al CAC directament o fent la reclamació davant d'alguna associació de consumidors, teniu l'adreça a l'annex 2.

### 11.2 Persones amb disminucions:

Aquest col·lectiu ha de poder gaudir de les mateixes oportunitats que la resta de ciutadans per a poder consumir o fer ús dels diferents serveis; i serà necessari fer les reclamacions oportunes davant de l'incompliment d'aquest drets fonamentals. Una de les dificultats més evidents es troba en les Barreres Arquitectòniques que aquestes persones han de superar en la seva vida quotidiana. Darrerament s'han establert per llei facilitats per tal d'adequar les instal·lacions destinades a persones amb disminucions, com ara la Llei d'Arrendaments Urbans i la Llei d'Habitatge que preveuen les modificacions arquitectòniques oportunes.

## 12. RECOMANACIONS ABANS d'INICIAR un VIATGE

Quan reservem un viatge combinat cal que les dues parts signin un contracte

escrit. Cal llegir molt bé les condicions generals i particulars. És molt recomanable que guardem tota la publicitat i els opuscles i, sobre tot la factura, contracte o altre document de pagament.

Cal tenir en compte que en cas de qualsevol incidència en un viatge haurem de presentar la reclamació immediata davant el "tour-operador" o el guia. És convenient enviar un fax a la majorista i minorista per explicar-li quin problema tenim i sobre tot a la tornada presentar formalment la reclamació.

En cas de pèrdua d'equipatge presentarem, de forma immediata una reclamació al taulell de la companyia amb què s'ha volat.

## 13. PRODUCTES INFORMÀTICS

COMERÇ ELECTRÒNIC: Actualment està de moda la compra "via electrònica", és a dir, mitjançant equips electrònics per transmissió de dades.

Per accedir a aquesta modalitat de contractació és necessari disposar d'un navegador i d'un mòdem (aparell necessari perquè el missatge digital creat per l'ordinador viatgi via telefònica).

El "navegador" és el programa informàtic (software) que ens permet accedir al servei word wide web (WWW) d'internet i navegar per les diferents pàgines o webs.

Quins problemes es plantegen en l'adquisició de béns i serveis per part del consumidor a través d'Internet?

- L'ús il·legítim de la informació bancària, per exemple núm. i dades identificadores de la targeta de crèdit.
- Inexistència de la presència física del venedor en el moment d'efectuar la transacció.
- No hi ha simultaneïtat en la transacció.

Al no existir al nostre ordenament cap règim especial en matèria de garanties sobre els objectes adquirits a distància s'haurà d'aplicar el règim previst, és a dir, per als béns de caràcter durador i general la garantia ha de cobrir un mínim de sis mesos.

Pel que fa al sistema de reclamació s'haurà d'acudir als sistemes habituals com el judicial o l'arbitratge.

## **ANNEX 1.**

### **L'ESTATUT DEL CONSUMIDOR**

Extracte dels articles amb més incidència al món del consum

#### **ARTICLE 1.....**

##### **Objecte de la Llei.**

##### **Concepte de "consumidor"**

- 1 Aquesta Llei té per objecte la defensa dels consumidors i dels usuaris i l'establiment, en l'àmbit de Catalunya, dels principis i les normes que han de regir per a millorar la qualitat de la vida de les persones en llur condició de consumidors i usuaris.
- 2 Als efectes d'aquesta Llei, es consideren consumidors les persones físiques o jurídiques de qualsevol nacionalitat o residència que, com a destinataris finals, fan ús o gaudeixen, dins el territori de Catalunya, de béns i de serveis per a llur consum o ús particu-

lar, familiar o col·lectiu, sempre que el proveïdor tingui caràcter empresarial o professional o sigui la mateixa Administració Pública.

#### **ARTICLES 3.....**

##### **Dret a la protecció de la salut i la seguretat**

Aptat. 2... b) Els productes i els serveis destinats a la salut i a la cura higiènica de la persona, respecte als quals han de vetllar perquè compleixin les condicions exigibles i respecte als quals han d'adoptar, a més, les mesures necessàries perquè els consumidors siguin informats sobre la composició, les propietats, les condicions, les precaucions d'ús i la caducitat, si s'escau.

...c) Els productes que continguin compostos de substàncies inflamables, tòxiques, càustiques, corrosives o abrasives, o altres substàncies perilloses, respecte als quals han de vetllar perquè siguin conservats, transportats i emmagatzemats amb les garanties de seguretat corresponents i perquè portin incorporats els signes externs advertidors dels riscos que comporten i l'explicació de les mesures adequades per a contrarestar-ne els efectes nocius.

...

#### **ARTICLE 4.....**

##### **Seguretat Viària**

...

Les administracions públiques de Catalunya...han de tenir cura del manteniment, la conservació i la senyalització adequada de les vies públiques i han de portar a terme campanyes per a promoure el respecte de les normes que regulen el trànsit.

...

## **ARTICLE 5.....** **Preservació del medi ambient.**

Les administracions...a fi de protegir la salut i la qualitat de vida dels ciutadans, han d'adoptar mesures eficaces per preservar el medi ambient.

## **ARTICLE 6.....** **Protecció contra els abusos contractuals**

El Govern ha de vetllar per l'aplicació de la legislació vigent amb la finalitat que els consumidors siguin protegits contra la pràctica abusiva de la contractació, especialment amb:

- a) Els contractes tipus establerts de manera unilateral.
- b) Les pràctiques que comporten l'exclusió en els contractes dels drets irrenunciables.
- c) La demanda de pagament de les mercaderies o els serveis no sol·licitants.
- d) Les condicions abusives en les operacions de crèdit i altres serveis de caràcter financer.
- e) Els mètodes de venda que limiten la llibertat d'elecció.
- f) Les clàusules contractuals que resulten lesives o abusives per al consumidor.
- g) Les pràctiques comercials que comporten despeses no autoritzades prèviament i expressament pel consumidor.

## **ARTICLE 8.....** **Veracitat i suficiència de la publicitat i la informació**

- 1. La promoció dels bens, els productes i els serveis destinats als consumidors ha d'ésser concebuda i duta a

terme de manera que no pugui enganyar o induir a engany sobre les seves característiques o condicions. La publicitat no pot, siguin quins siguin els suports utilitzats, induir a error l'adquirent potencial del producte o el servei.

...

## **ARTICLE 14.....** **Formació en matèria de consum**

El govern,...ha d'adoptar les mesures pertinents per a:

- a) Incloure la formació per al consum en els graus i els nivells d'ensenyament en què sigui més eficaç...
- d) Fomentar que els mitjans de comunicació social s'ocupin de la informació i de l'orientació al consumidor i, pel que fa als mitjans de titularitat pública que depenen de la Generalitat, vetllar perquè dediquin programes i campanyes als fins esmentats, comptant amb la presència de les associacions de consumidors.

## **ARTICLE 15.....** **Organitzacions de consumidors**

- 1. El Govern ha de fomentar les organitzacions i les associacions per a la defensa i la representació dels interessos dels consumidors, com a vehicle idoni per a llur protecció i els ha de donar suport.

...

## **ARTICLE 19.....** **Danys i perjudicis**

- 1. Els consumidors tenen dret, de conformitat amb la legislació vigent, a

la reparació dels danys i els perjudicis que puguin patir com a conseqüència de l'adquisició o la utilització de béns, productes i serveis.

...

## **ARTICLE 21.....** **Col·lectius especialment protegits**

Per raó de les circumstàncies especials que hi concorren, els següents col·lectius de consumidors gaudeixen d'una protecció especial de l'Administració Pública:

- a) Els infants i els adolescents.
- b) Els gestants.
- c) Les persones de més de seixanta-cinc anys.
- d) Els malalts i les persones amb capacitats disminuïdes.

## **ARTICLE 22.....** **Protecció dels infants**

Amb la finalitat de protegir adequadament els drets dels infants, els poders públics han d'atendre especialment:

- a) La seguretat de les joguines.
- b) La idoneïtat dels productes destinats a l'ús dels infants.
- c) La composició dels productes alimentaris infantils, llur etiquetatge i la informació que s'hi dona.
- d) La seguretat dels aparells i les instal·lacions de la llar.
- e) La seguretat en els parcs públics, els locals destinats als infants i les zones d'esbarjo.
- f) La regulació de la publicitat que pugui afectar els infants, per tal d'impedir que contingui missatges que

incitin a la violència o a la comissió d'actes delictius.

- g) La regulació de l'aparició d'infants en la publicitat i de l'emissió de missatges comercials adreçats exclusivament a la població infantil.
- h) L'exhibició pública d'imatges, missatges o objectes que puguin afectar la sensibilitat dels infants.

## **ARTICLE 25.....** **Persones amb disminucions**

Pel que fa als consumidors amb disminucions físiques o psíquiques, els poders públics han d'adoptar les mesures necessàries no tan sols per a evitar barreres urbanístiques i arquitectòniques i altres obstacles, sinó també per a contribuir a llur integració social com a consumidors i usuaris.

## **ANNEX 2.** **ON ADREÇAR-SE**

### **2.1 ASSOCIACIONS DE CONSUMIDORS:**

#### **2.1.1 D'àmbit juvenil:**

**CONSUM REBEL:**  
consumrebel@consumidors.org  
TELF : 934.546.776

#### **2.1.2. De caire general:**

● **Unió de Consumidors de Catalunya-UCC:**  
ucc@consumidors.org  
TELF : 934.546.776 - FAX :934.545.278

● **Unió de Consumidors de Consumidors de Barcelonès Nord**  
Torrent d'en Valls, 6 .08912 BADALONA

## 2.2. OMICs

Quasi totes les poblacions de més de cinc mil habitants disposen d'OMIC. Consulteu al vostre Ajuntament per saber si teniu una prop.

### OMIC BARCELONA:

Ronda Sant Pau 43-45

### OMIC BADALONA:

Jaume Solà, s/n planta baixa

### OMIC HOSPITALET:

Riera de la Creu, 32-34, baixos

### OMIC Sta. COLOMA GRAMANET:

Plaça de la Vila núm.1

## 2.3. TELEFON DEL CONSUMIDOR DE LA GENERALITAT 012

## 2.4. DELEGACIONS TERRITORIALS D'INDÚSTRIA, COMERÇ I TURISME:

## 2.5. AGENCIA CATALANA DEL CONSUM:

Av. Diagonal, 405 bis

## 2.6. JUNTES ARBITRALS DE CONSUM:

- JUNTA ARBITRAL DE CONSUM DE CATALUNYA. Diagonal, 403, 1r 08008 BARCELONA

- JUNTA ARBITRAL DE CONSUM DE BARCELONA. Ronda Sant Pau, 43-45, 2a. Planta .08015 BARCELONA

- JUNTA ARBITRAL DE CONSUM DE BADALONA. Jaume Solà, s/n planta baixa 08912 BADALONA

- JUNTA ARBITRAL DE CONSUM DE L'HOSPITALET DE LLOBREGAT. Riera de la Creu, 32-34, baixos .08901 L'HOSPITALET DE LLOBREGAT

## BIBLIOGRAFIA

- Guia del Consumidor. Julià Guimerà i Carme Rincon. Institut Català del Consum. Barcelona, 1992.
- No hay derecho. Salvador Simó-Unió de Consumidors de Catalunya-UCE. Barcelona, 1991.
- Minidiccionario del Consumidor. Instituto Nacional del Consumo. Madrid, 1979.
- Guia del Consumo. Servicio de Comercio y Consumo. Gobierno de Navarra.
- III Jornadas del joven consumidor navarro. Servicio de Comercio y Consumo. Gobierno de Navarra, 1989.
- CIUDADANO. Revista mensual publicada por la Unión de Consumidores de España-UCE.
- Para que puedan ser oidos los consumidores del mundo. IOCU (Organización Internacional de Uniones de Consumidores).
- COMO HACER UNA RECLAMACION. Unió de Consumidors de Catalunya-UCE, 1997. LAROUSSE BOLSILLO.



[www.consumidors.org](http://www.consumidors.org)  
[consumrebel@consumidors.org](mailto:consumrebel@consumidors.org)

Col·labora:



**agència catalana  
del consum**