

**CUESTIONES DE  
ACTUALIDAD  
DESDE LA  
ÓPTICA DE  
EXPERTOS  
UNIVERSITARIOS**

COORDINACIÓN

**Sebastià Serra i  
Busquets**

**Antoni Vives  
Reus**

**Rafel Puigserver  
Pou (CEDOC-UIB)**

## ► TEMA

**L'educació com a prioritat política**

Les polítiques públiques en matèria d'educació haurien d'anar encaminades a reforçar la inversió educativa, especialment durant l'etapa de l'educació infantil, per reduir el risc d'exclusió social dels nostres infants.

**Sobre Educació infantil**♦ **Jaume Sureda Negre \***

T'és recent la publicació de l'informe Xifres Clau de l'Educació i Atenció a la Primera Infància a Europa; una fotografia nítida de l'estat de l'atenció educativa als infants de 0 a 6 anys a 32 països europeus. S'inicia l'estudi amb una sentència molt repetida però poc escoltada: la primera infància és l'etapa en què les experiències educatives més poden influir sobre el desenvolupament de les persones.

És per això que en els països amb dirigents assenyats es prioritza l'educació en aquesta etapa inicial de la vida.

Ens recorda l'informe que els beneficis de l'atenció educativa en l'etapa infantil són especialment rellevants per als infants d'entorns desfavorits. Aquest col·lectiu és, paradoxalment, el menys atès. La constatació d'aquest fet en un context, l'europeu, on un de cada quatre infants menors de sis anys és en risc d'exclusió social, reforça que una de les fites prioritàries de la política educativa sigui l'augment de la participació d'aquests infants



en programes educatius. La necessitat és encara més urgent a Espanya on la taxa de pobresa infantil ja és superior al 36%!

Aniria molt bé que els gestors del sistema escolar de casa nostra llegissin l'informe. Potser aprendrien que la política educativa no consisteix a posar en marxa una (mala) política lingüística des de

l'escola; aprendrien –si és que tenen enteniment– el perquè i el com atendre l'educació de la primera infància.

Trobaran l'informe –són més de 200 pàgines en anglès– a: [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/key\\_data\\_en.php](http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/key_data_en.php)

Si encara tenguessin més ganes de llegir també els recomanaria l'informe de l'UNICEF "Los niños de la recesión":

[https://www.unicef.es/sites/www.unicef.es/files/report\\_card\\_12\\_los\\_ninos\\_de\\_la\\_recesion.pdf](https://www.unicef.es/sites/www.unicef.es/files/report_card_12_los_ninos_de_la_recesion.pdf)

Si els responsables de la política educativa llegeixen ambdós informes, els entenen i continuen sense moure's és que, efectivament, no en tenen, d'enteniment...

\* *Catedràtic de Pedagogia Aplicada i Psicologia de l'Educació de la UIB*

## ► TEMA

**Publicitat i marques**

Els estudis de publicitat han tengut i tenen gran importància. A hores d'ara es donen múltiples perspectives a aquesta àmplia temàtica, i que ajuden als responsables del màrqueting a oferir millorar el posicionament publicitari de les marques.

**La història de la marca comença amb les àmfores**♦ **Neus Fernández Quetglas \***

Quan s'estudia la història de la publicitat és imprescindible estudiar la història de la marca. On van sorgir les primeres? Idò en l'intercanvi comercial consolidat i internacional de productes genèrics i anònims a la Mediterrània, concretament amb les àmfores i per raons merament utilitàries. Les àmfores

servien com a envasos per a l'intercanvi comercial i eren identificables per la forma, les nanses, el color de l'argila, etc. Amb les marques de les àmfores es podia saber quin trajecte feia l'envàs, és a dir, el temps que passava entre el lloc d'origen i el de destinació, un fet d'allò més important en el transport de matèries agrícoles.

La doctora en arqueologia, Lara Gelabert, ha realitzat la seva tesi sobre l'estudi de les àmfores trobades a Son Fornés (Montuïri). En una ex-



posició divulgativa al CESAG, els estudiants de publicitat es varen interessar per la fama de certes àmfores, els productes que transportaven, o les estratègies de mercat. També varen aprofitar per fer fotos de detalls d'aquestes troballes.

Molts de llibres d'història de la publicitat situen en la revolució industrial el moment en què les marques comencen a indicar el pes i les

condicions higièniques dels productes, dades que serveixen com a garantia del fabricant. En realitat, les àmfores ja disposaven d'informació de productors, zona, pes, tara, o socis empresarials. De qualque manera les marques ja tenien un valor intangible i, segons l'àmfora, tenien un posicionament en el mercat.

Avui en dia, el valor de la marca es troba per damunt del valor del producte, no importa tant la funcionalitat com el significat que ens transmeten amb la seva identitat. Moltes de vegades les marques han servit com a identificadors de productes: Bimbo, Kleenex, o aquí, el Laccas. Les marques intenten potenciar logos i noms molt simples, per fer-los fàcilment identificables i ser retinuts en la memòria del consumidor.

\* *Doctora en Història contemporània i professora del CESAG*

## ► TEMA

**Coneixements i reflexió històrica**

La necessitat d'anàlisis històrics, sociològics i polítics és rellevant en aquests moments. La sensació de debilitament d'algunes institucions democràtiques ho requereix. També és urgent el diàleg.

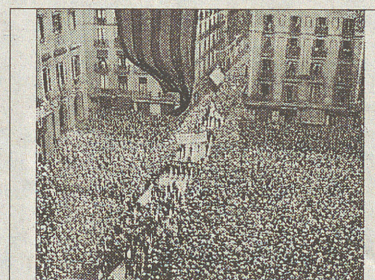
**Identitat i pensament polític**♦ **Gabriel Mayol Arbona \***

La reflexió i el pensament assolsegat no semblen estar de moda. Ens trobam immersos dins un món mediàtic que premia més la immediatesa i la formulació d'afirmacions lapidàries amb limitació de caràcters. Tampoc no ajuda un debat públic trepidant en què els temes es succeeixen sense temps per cavil·lar sobre per què s'ha arribat a la situació, quina ha estat el

desenvolupament i si la resolució ha estat satisfactòria.

Per això, són importants totes les iniciatives que sorgeixen des d'institucions culturals i acadèmiques per acostar als ciutadans interessats reflexions ponderades. Sovint s'organitzen conferències, cicles, simposis i commemoracions que volen aportar llum sobre un determinat tema i que cal tenir en compte a l'hora de crear opinió i pensament propis.

Un exemple de reflexió sobre la identitat, el pensament polític i la seva articulació en estructures ad-



SIMPOSI

**Federalisme. Autonomisme.  
Independentisme:  
el pensament catalanista  
des dels orígens fins al  
segle XXI**

ministratives és el simposi celebrat els passats dies 30 i 31 d'octubre a Barcelona sota el títol de Federalisme. Autonomisme. Independentisme: el pensament catalanista des dels orígens fins al segle XX.

Sense la polèmica que acompanya simposis anteriors organitzats per l'Institut d'Estudis Catalans,

aquest cicle posà sobre la taula un nombre important aportacions d'experts que procedeixen de diverses disciplines acadèmiques. La trobada no només se centrà en l'evolució del pensament catalanista al Principat sinó també va incloure projectes més amplis com són l'iberisme o les propostes sorgides arran de la idea de Països Catalans. Un conjunt d'intervencions d'estudiosos sobre un tema que no podia estar més d'actualitat.

Els ciutadans amb interès sobre aquest tipus de reflexions multidisciplinàries haurien d'aprofitar les oportunitats per poder assistir en aquest tipus d'esdeveniments que ben segur ajudaran a entendre millor l'actualitat a partir dels estudis del passat i les possibilitats que ens ofereix el futur.

\* *Grup d'Estudi de la Cultura, la Societat i la Política al món contemporani de la UIB*