

Genina Calafell, Alba Castelltort, Marta Fonolleda, Maia Querol. (2003). Aula de Innovación Educativa. [Versió electrònica]. Revista Aula de Innovación Educativa 127

La propuesta educativa de la "Escola del Consum de Catalunya"

Genina Calafell
Alba Castelltort
Marta Fonolleda
Maia Querol

El siguiente artículo presenta la experiencia de los talleres de educación del consumidor que se desarrollan en la Escola del Consum de Catalunya y que van dirigidos a alumnos y alumnas de educación secundaria obligatoria.

Contextualización y antecedentes

A partir de este curso escolar, el alumnado de educación secundaria de Catalunya tendrán la opción de visitar la escuela de consumo que el *Institut Català del Consum* (ICC) de la Generalitat de Catalunya ha creado recientemente. Es una iniciativa que cuenta con un convenio de colaboración con el *Departament de Didàctica de les Matemàtiques i les Ciències Experimentals de la Universitat Autònoma de Barcelona*.

El ICC es un organismo autónomo que depende del *Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya*, cuyos objetivos son informar a los consumidores sobre cuáles son sus derechos y deberes, y formarlos y educarlos para que realicen un consumo responsable y reflexivo. En este sentido, el ICC ha decidido apostar con fuerza por la formación de los jóvenes, los cuales empiezan a entrar de forma autónoma en el mundo del consumo. En este sentido, la *Escola del Consum de Catalunya* pretende dar respuesta a un vacío a nivel social y educativo en el territorio catalán.

La *Escola del Consum de Catalunya* fue inaugurada el pasado mes de octubre y está abierta para los centros de secundaria en particular y cualquier otro colectivo o persona a título individual que esté interesada en el proyecto.

La Escuela del Consumo

La *Escola del Consum de Catalunya* ofrece a los alumnos un espacio completo en el que realizar actividades variadas relacionadas con la educación del consumidor.

La propuesta educativa contempla una dinámica general de la escuela y una específica de cada taller. La primera consta de una presentación inicial donde se favorece que el alumnado tome conciencia de su papel como consumidor, y una aplicación final que incluye la síntesis de los talleres en un material elaborado por ellos mismos.

La dinámica específica incluye un total de siete talleres, de 30 minutos de duración aproximada cada uno. Las escuelas deben escoger los tres talleres que más se adapten a sus necesidades. Se trabaja en grupos reducidos, aproximadamente ocho jóvenes, con una educadora por grupo.

Los talleres responden a la diversidad de temáticas relacionadas con los actos cotidianos de consumo. Tratan sobre la importancia de la información contenida en las etiquetas, la diferencia entre bienes y servicios, el papel de la publicidad en la toma de decisiones, y se introducen conceptos referentes a los servicios financieros. En el taller final, de resolución de conflictos, se dan al alumnado herramientas para saber como actuar delante de un conflicto vinculado al consumo.

Cada taller se organiza en cuatro fases. Para empezar, se realiza una actividad de exploración para que los alumnos y alumnas expresen sus conocimientos sobre el tema y conozcan los objetivos que se persiguen. Seguidamente, se introducen los contenidos realizando una actividad lúdica, donde los alumnos y las alumnas entran en contacto con el fenómeno del consumo de una manera divertida, con una dinámica diferente en cada taller. Se continúa con una actividad de estructuración que estimula la reflexión del alumnado sobre los nuevos contenidos tratados. Finalmente, se realiza una aplicación que consiste en la elaboración de propuestas que favorezcan el consumo responsable en el contexto del alumnado.

Tres ejemplos de talleres

Taller de servicios

Un juego de mesa gigante con preguntas y respuestas estimula a que los participantes reflexionen sobre el consumo de servicios.

El objetivo del taller es que los alumnos y alumnas sean conscientes de sus derechos y deberes cuando contratan un servicio, sea ir a la discoteca, reparar una motocicleta o bajarse una melodía para el móvil, así como la necesidad de conocer la legislación para poder actuar de forma consecuente.

A modo de exploración, se reparten tarjetas de dos colores distintos. Cada una contiene un ejemplo de un bien (móvil, CD, etcétera) o de un servicio (telefonía, concierto, etcétera) con la intención de que el alumnado se agrupe por colores e identifiquen aspectos y características comunes de cada grupo. A continuación, se promueve un diálogo en torno al consumo de servicios a partir de preguntas reflexivas para introducir los contenidos del Juego de Servicios.

El juego consiste en un tablero gigante en el cual cada casilla contiene preguntas sobre distintos servicios (reparaciones de vehículos, teléfonos móviles, academias de idiomas, bares, ocio, viajes...). En cada jugada se realizarán tres preguntas, pues la intención es que los participantes respondan y traten el máximo número de temáticas. Al finalizar el juego y a partir de las preguntas surgidas, se hace una síntesis conjunta de las ideas más importantes y las temáticas que han interesado más al alumnado.

Taller de gestiones económicas y de seguros

Los participantes asocian conceptos relacionados con los bancos y las aseguradoras con sus respectivas definiciones.

El taller pretende que el alumnado conozca e identifique términos propios de los servicios bancarios y las aseguradoras, pues en un futuro próximo serán usuarios de estos servicios y deberán utilizarlos de forma autónoma.

Con la intención de motivar al alumnado, fomentar el diálogo y explorar sus ideas previas, se plantea una serie de cuestiones próximas a su cotidianidad (por ejemplo ¿Alguien de vosotros ahorra dinero? ¿Dónde lo guardáis? ¿Se puede asegurar una casa? ¿Y una mano?)

Seguidamente, el alumnado, por equipos, deberá asociar una definición a un concepto (tarjeta de crédito, cuenta corriente, ahorro, seguro de vida, póliza, etcétera), a partir de las pistas que facilitan los compañeros y compañeras. Al finalizar el juego, se dedica un tiempo para poner en común los temas surgidos y para rellenar un texto con los conceptos trabajados.

Taller de la tienda

Una simulación de compra favorece el que los participantes identifiquen las informaciones que deben de contener las etiquetas de distintos productos.

La finalidad del taller es que los alumnos y las alumnas aprendan a identificar e interpretar la información que contienen las etiquetas de distintos productos, y sean conscientes de su utilidad en el momento de escogerlos.

Para introducir el taller y a modo de exploración, se plantea un diálogo, donde se exponen situaciones en que se pone de relieve la necesidad de escoger productos con un etiquetado correcto (por ejemplo: ¿De dónde viene la ropa que llevamos? ¿Quién la fabrica? ¿Cómo podemos saber si un juguete es seguro?)

Simulando una compra en un centro comercial, se identifica entre distintos productos (ropa, zapatos, juguetes, electrodomésticos, cosméticos, piel y productos de limpieza) el único que presenta una etiqueta con la información completa. Los participantes deben retirar del mercado aquellos productos que presenten un etiquetado incorrecto y exponer sus argumentos al resto del grupo.

A modo de estructuración, se plantea un diálogo con el grupo donde se resalta la información general que debe de tener todas las etiquetas, las informaciones específicas que han de presentar determinados productos y se reflexiona sobre los posibles aspectos a mejorar en el etiquetado de productos.

Reflexiones y conclusiones

El conjunto de los talleres que se ofrecen desde la *Escola del Consum de Catalunya* pretenden favorecer el desarrollo de hábitos de consumo entre los estudiantes de secundaria. Esta experiencia supone un punto de partida para situarse ante el fenómeno del consumo con capacidad crítica, activa y responsable.

En el diseño de la dinámica de los talleres, se ha apostado por una participación activa y un diálogo permanente a fin de favorecer la comunicación entre el alumnado y las educadoras. Se ha evitado una dinámica de educación del consumo centrada en consignas cerradas, puesto que la intención es estimular la reflexión y el intercambio de opiniones como punto de partida para tomar las propias decisiones.

Hem parlat de:

Educación
Consumo
Talleres
ESO

Direcció de contacte

Genina Calafell
Departament de Didàctica de les Matemàtiques i les Ciències Experimentals. Universitat Autònoma de Barcelona

Alba Castelltort
Departament de Didàctica de les Matemàtiques i les Ciències Experimentals. Universitat Autònoma de Barcelona

Marta Fonolleda
Departament de Didàctica de les Matemàtiques i les Ciències Experimentals. Universitat Autònoma de Barcelona

Maia Querol
Departament de Didàctica de les Matemàtiques i les Ciències Experimentals. Universitat Autònoma de Barcelona