



El consumo de los jóvenes

Ángel Raluy

Profesor visitante
Rolling Terrace E.S.
Tacoma Park, MD

Núria Vidal

Consejería de Educación
Embajada de España
Washington, DC

Objetivos de la actividad:

- Comparar el consumo de los jóvenes de la sociedad americana y española.
- Procesar, clasificar, seleccionar y registrar información sobre el tema en textos auténticos.
- Familiarizar al alumnado con textos periodísticos españoles.
- Reforzar el concepto de gráfica para recoger datos.
- Desarrollar implícitamente una conciencia sobre el gasto propio.

Nivel:

Intermedio

Estándares

Comunicación	Comparación	Cultura	Conexiones	Comunidades
•	•	•	•	•

Procedimiento:

Cada tarea está claramente planificada para que pueda llevarse a cabo en la clase sin grandes problemas, aunque pensamos que las siguientes observaciones pueden ayudar al profesorado.

1. ¿En qué gastamos nuestro dinero?

Tarea inicial para presentar el tema de la actividad o mini-proyecto. Se pretende que los alumnos reflexionen sobre sus gastos habituales y los de sus compañeros.

2. ¿A que no sabías...?

Primera aproximación para ayudar al alumnado a

comprender un texto auténtico de cierta dificultad.

3. ¿Verdad o mentira?

Es posible que los estudiantes tengan ciertas dudas al clasificar las afirmaciones. Por este motivo se incluye la columna “no entendemos” para evitar que el ejercicio sea un juego de azar.

Solución:

Verdad: 1, 4, 6, 7; Mentira: 2, 3, 5, 8.

4. Las apariencias engañan

Será necesaria una meticulosa lectura del texto para decidir lo que es verdad y lo que es mentira. Todavía tienen la opción de decir si no entienden alguna cosa para que la profesora clarifique las dudas.

5. El consumo de la clase

La gráfica que los alumnos deben completar se utilizará varias veces a lo largo del mini-proyecto. Será necesario fotocopiarla varias veces.

6 y 7. ¡Vamos a observar! y Comparando preferencias

A partir de la observación de la gráfica del periódico La Vanguardia y de las preguntas que se formulan, el alumnado llega a conclusiones y establece las diferencias de consumo entre la comunidad de jóvenes españoles y la propia.

8. ¿Qué hemos aprendido?

Es la tarea de evaluación individual. Cada estudiante termina las frases inacabadas según sus conocimientos y capacidad de expresión. Se valoran sus respuestas dando un valor numérico de 1 a cada respuesta correcta. Se puede dar 0,5 a cada uno siendo la máxima puntuación 10.

Indicadores de progreso:

El alumno o alumna:

- aprende a establecer comparaciones entre el gasto de los jóvenes en España y el del entorno americano del alumno.
- extrae, selecciona y procesa información relevante.
- utilizar el lenguaje adecuado en discusiones sociales sobre consumo.
- refuerza el concepto de gráfica en el análisis de datos.
- aprende a administrar su propio dinero.

1. ¿En qué gastamos nuestro dinero?

En grupos de cuatro discutid en qué os gastaríais una paga semanal de treinta y cinco dólares (\$35). Anotad vuestras respuestas en la parrilla. Seguid el ejemplo.

Nombres	Vestido y calzado	Lectura: revistas, libros, comics...	Bebida y comida extra	Música: discos compactos, cintas...	Aficiones: deportes, cine...	Salir con amigos/as
John Barrios	\$0	\$4	\$7	\$10	\$7	\$7

2. ¿A que no sabías...?

Leed, comentad y acordad el significado de estas afirmaciones acerca del consumo de los jóvenes españoles. Después recortadlas y pegadlas en la parrilla de la tarea siguiente donde corresponda.

<p>1. La permanencia de los jóvenes en el hogar familiar no provoca tensiones.</p>	<p>2. Los hábitos de consumo de los jóvenes españoles no han cambiado en los últimos diez o quince años.</p>	<p>3. Las chicas prefieren de forma mayoritaria y casi exclusiva la participación en grupos que practican deporte.</p>
<p>4. Sólo uno de cada tres españoles de entre 24 y 29 años es autosuficiente económicamente y puede independizarse de sus padres.</p>	<p>5. Las chicas son más consumistas que los chicos y se dejan influir más por cuestiones como la moda, las marcas o la publicidad.</p>	<p>6. Los jóvenes destinan sus ingresos principalmente a la compra de vestuario (más de la mitad de su dinero) y la elección depende mucho de la "tribu" o grupo al que pertenecen.</p>
<p>7. Los progenitores están pagando la formación de sus hijos con unos ingresos que podrían necesitar para sus años de jubilación.</p>	<p>8. Los chicos leen y se preocupan más por la cultura.</p>	<p>9. (Confeccionad vosotros una afirmación sobre el consumo de los jóvenes y pegadla en este recuadro).</p>

14/03/1998

Los chicos son más consumistas que las chicas, pero ellas gastan la mitad de sus ingresos en ropa.

CONSUMO

Sólo uno de cada tres españoles de entre 24 y 29 años es autosuficiente económicamente y puede independizarse de sus padres

CARLOS NOVO

MADRID. -- En contra de la creencia generalizada, los chicos son más consumistas que las chicas, y se dejan influir más por cuestiones como la moda, las marcas o la publicidad. "El dato rompe clichés, pero es que los hábitos de consumo de los jóvenes españoles han cambiado mucho en los últimos diez o quince años", explica el profesor Manuel Martín Serrano, autor de la encuesta Juventud y Consumo presentada ayer por el Instituto Nacional del Consumo con motivo del día mundial de los Derechos del Consumidor, que se celebra mañana domingo día 15.

La encuesta revela que los jóvenes destinan sus ingresos principalmente a la compra de vestuario (más de la mitad de su dinero) y la elección depende mucho de la "tribu" o grupo al que pertenecen, aunque tal influencia disminuye con la edad. A partir de los 24 años, los factores determinantes de la compra son ya siempre el precio y, en buena medida (un 79 %), la calidad.

El informe establece la franja de la juventud entre los 14 y los 29 años. En este grupo están actualmente 9.482.000 personas, esto es, uno de cada cuatro españoles.

Las diferencias entre ellos y ellas son apreciables. Ellos asocian el consumo "con disfrutar en abundancia de cosas" y ellas con "satisfacer necesidades". Los chicos prefieren de forma mayoritaria y casi exclusiva la participación en grupos que practican deporte. Las chicas tienen un abanico de intereses más variado y se inclinan hacia aquellas actividades que además de entretenerlas sean útiles para formarse o conseguir empleo. Leen y se preocupan mucho más por la cultura.

Ellos prefieren bienes que les permitan parecerse al grupo de referencia (coches, motos, vestuario de marca). Buscan bienes que les permitan movilidad. Ellas optan por diferenciarse unas de otras. Se interesan más por bienes que les proporcionan permanencia (habitación propia, casa propia, muebles).

El autor del estudio, catedrático de Ciencias de la Información, asegura que "el consumo de los jóvenes satisface necesidades distintas y responde a pautas diferentes de las que encontrábamos en las generaciones de sus hermanos mayores, que ahora tienen entre 35 y 40 años".

Según el informe, el consumo de hoy en día constituye mucho más que antes un factor de socialización y de identidad. "Una de las claves de hoy -- explica Martín Serrano -- es la prolongación del tiempo en que los jóvenes siguen siendo jóvenes."

Sólo una de cada tres personas de entre 24 y 29 años es autosuficiente económicamente. Se tienen recursos económicos, pero no tanto como para emanciparse. A diferencia de otros tiempos, "nuestros jóvenes suelen ser ricos en bienes y en tiempo libre, pero muy pobres en espacios. Lo que demandan no es ni más cosas ni más tiempo, sino espacios en donde poder manifestarse como jóvenes y hacer cosas que entienden que les distinguen del mundo de los adultos".

Sin tensiones

Sin embargo, la permanencia de los jóvenes en el hogar familiar no provoca tensiones. "Si algo caracteriza también a nuestra juventud es su muy buen acuerdo con el universo de los padres", explica el profesor Martín Serrano.

El problema podría ir por otro sitio. Según el informe del Instituto Nacional de Consumo, "los gastos anuales dedicados a la educación en los hogares españoles han pasado del 14,8 por mil en 1980 al 18,8 por mil en 1997. "Las familias han tenido que reorganizar sus economías para afrontar el incremento de costes y la prolongación del tiempo de estudios. Los progenitores están pagando la formación de sus hijos con unos ingresos que podrían necesitar para sus años de jubilación."

La encuesta revela también que la iniciación al consumo suele generar insatisfacción. A ello contribuyen varios factores: el elevado esfuerzo económico que supone en términos relativos la adquisición de bienes, las expectativas excesivas en la satisfacción que les va a proporcionar ese bien y una actitud crédula hacia la publicidad.

3. ¿Verdad o mentira?

Clasificad, según el criterio de vuestro grupo, a qué columna pertenece cada afirmación. Pegad las afirmaciones una debajo de la otra en las columnas correspondientes. Ampliad las columnas si es necesario.

verdad	mentira	no entendemos

4. Las apariencias engañan

Leed el texto *Consumo*. Localizad las afirmaciones y señaladlas con un rotulador fluorescente. Luego comprobad qué afirmaciones son verdad, cuáles no y cuáles aún no entendéis. Escribid el número de la afirmación en la casilla correspondiente.

verdad	mentira	todavía no entendemos

6. ¡Vamos a observar!
 Observa esta gráfica sobre el consumo de los jóvenes españoles.



7. Comparando preferencias

Comparad el consumo de los jóvenes españoles con el consumo de vuestro grupo y responded:

1. ¿En qué apartados se parece? _____

2. ¿En qué apartados no se parece? _____

3. ¿Qué os ha sorprendido más y por qué? _____

- Utilizad una parrilla en blanco como la de vuestro grupo y preguntad a cuatro profesores jóvenes de vuestra escuela en qué gastan su dinero. Seguid el mismo sistema de gráfica.
- Cuando terminéis nombrad a un responsable en cada grupo. Anotad vuestra respuesta número tres en la pizarra y explicadla.

8. ¿Qué hemos aprendido?

Completa las frases siguientes a partir de todo lo que has aprendido.

¿Lo sé?

Comprobando lo aprendido	sí	no
1. Los jóvenes americanos y españoles gastan mucho dinero en...		
2. Los jóvenes americanos y españoles gastan poco dinero en...		
3. Los jóvenes americanos gastan mucho dinero en..... pero los españoles no.		
4. Los jóvenes españoles gastan mucho dinero en..... pero los americanos no.		
5. Los jóvenes americanos gastan poco dinero en..... pero los españoles no.		
6. Los jóvenes españoles gastan poco dinero en..... pero los americanos no.		
7. Nuestro grupo gasta mucho dinero en...		
8. Nuestro grupo gasta poco dinero en...		
9. Nuestra clase gasta mucho dinero en...		
10. Nuestra clase gasta poco dinero en...		

- ¿Cambiaríais la distribución de vuestra paga semanal de \$35 después de vuestro estudio?
- Entrad en un foro de nativos para averiguar diferentes preferencias de consumo en otras comunidades de hispanohablantes.