

Proposta didàctica  
per treballar el comerç de Barcelona  
Cicle inicial, cicle mitjà, cicle superior  
d'educació primària i primer cicle d'ESO

# Guia didàctica per al professorat





1. Presentació .....	3
2. Introduir el comerç de Barcelona al currículum educatiu .....	4
3. Organització de les activitats .....	11
4. Orientacions didàctiques de les activitats .....	16
<b>Cicle inicial:</b> Totes les botigues del meu barri són iguals?.....	16
<b>Cicle mitjà:</b> On trobo el producte que necessito per...?.....	22
<b>Cicle superior:</b> Com podem agrupar els comerços? .....	29
<b>Primer cicle d'ESO:</b> Què hi ha darrere el taulell? .....	35

---



**Direcció:**  
Josep Bonil

**Autors:**  
Neus Banqué  
Salvador Viciàna

**Coordinació:**  
Joana Soler  
Maria Molins

**Edició:**  
Ajuntament de Barcelona  
Direcció de Comerç i Consum  
Institut d'Educació

**Il·lustracions:**  
Pillet

## 1. Presentació



La finalitat d'aquest material és aportar una proposta didàctica que faciliti la incorporació significativa del comerç de la ciutat de Barcelona en el currículum dels centres educatius.

El material s'ha dissenyat per afavorir la formació de l'alumnat com a membre de la societat en un context democràtic en el qual cada persona es construeix el seu entorn. Per això, s'afavoreix la presa d'opcions personals amb la reflexió i es fuig d'una visió de l'educació que tendeixi al consell tancat, i sovint dogmàtic, que no ajuda a construir la pròpia identitat. S'estimula en l'alumnat la formulació de preguntes per sobre de la transmissió d'informació, ja que s'aposta per una ciutadania que davant de situacions noves sigui capaç de fer-se preguntes que l'ajudin a prendre posició amb la reflexió. Es

busca incorporar la dimensió emocional mitjançant la poesia per fugir de la raó com a única font de coneixement, i posar en evidència que en les nostres decisions quotidianes l'emoció té un paper determinant. Per últim, es faciliten moments per definir estratègies d'acció en el medi com a manera d'estimular la dimensió de la responsabilitat en les accions quotidianes.

Els objectius generals de la proposta didàctica són que l'alumnat:

- Conegui les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valori la diversitat de comerços del seu entorn i els productes i serveis que ofereixen.
- Sigui capaç d'elaborar criteris per consumir de manera activa, crítica i responsable.

La proposta té un caràcter obert perquè sigui el professorat qui gestioni el material i acabi de definir les activitats en funció de la seva situació concreta: emplaçament a la ciutat, disseny curricular del centre, coneixements i interessos del grup classe, etc. És per això que pensem que es tracta d'un material semielaborat, que suggereix unes activitats, però que deixa al professorat la concreció última de la proposta. El material es podrà fotocopiar, recompondre d'acord amb les necessitats, l'organització del grup classe, la possibilitat de fer les experiències, la possibilitat de fer sortides i els diversos estils d'aprenentatge de l'alumnat.

En definitiva, el comerç de la ciutat de Barcelona es tracta com un tema de treball que, lluny de tancar-se en si mateix, és una plataforma perquè els equips docents la puguin adaptar amb la finalitat d'aprofundir en el coneixement de la ciutat de Barcelona.

## 2. Introduir el comerç de Barcelona al currículum educatiu



El món mediterrani és bàsicament comercial. Des de fa més de tres mil anys la mar Mediterrània s'ha configurat com un pont en què el comerç ha estat una manera d'apropar cultures. Barcelona ha estat una ciutat clau en aquest procés. Un repàs a la història de la ciutat ens mostra com des del món romà fins als nostres dies la ciutat de Barcelona ha estat un nucli de pas de persones i mercaderies, i ha afavorit la creació de la dimensió cosmopolita de la ciutat.

El comerç ha estat un agent fonamental en la configuració de la ciutat, Barcelona no s'entén sense el comerç. El comerç s'ha mostrat com un motor integrador de persones i idees, i a la vegada ha projectat la ciutat al món. El comerç ha estimulat els canvis a Barcelona en ser una via d'entrada de tecnologies, d'incorporació de noves idees, nous valors culturals i d'acolliment de moltes cultures. Un procés d'evolució constant que permet afirmar que en aquest moment la nostra ciutat presenta un model comercial propi que es pot anomenar *model Barcelona*.

La identitat comercial de Barcelona se sosté en la convivència i l'equilibri dels diferents formats de comerç. En alguns casos, el comerç urbà s'ha agrupat configurant el que s'anomenen *eixos comercials*. Els dinou eixos comercials que es distribueixen per tota la ciutat de Barcelona són un exemple de la integració de comerç, urbanisme, cultura i vitalitat social en la mateixa ciutat.

El comerç es converteix en un fenomen que enriqueix i caracteritza el model de ciutat, i li aporta una personalitat i identitat pròpies. Sembla encertat, doncs, fer una proposta educativa que abordi com a tema central el comerç de la ciutat. Una proposta que pot ser una oportunitat per:

- Redescobrir la ciutat de Barcelona.
- Introduir la diversitat en totes les seves vessants.
- Apropar l'escola al medi.
- Incorporar l'educació del consum en el currículum.

### Redescobrir la ciutat de Barcelona

Barcelona és una ciutat dinàmica per definició. És una ciutat amb una gran capacitat autoorganitzativa que li permet respondre als canvis del seu medi. Tots els agents que formen la ciutat mostren com a valor l'obertura a noves idees i són a la vegada creadors de noves tendències. Per tant, Barcelona és una ciutat que es redescobreix permanentment ja que sempre aporta una nova perspectiva.

El comerç és un reflex d'aquesta tendència i per tant una oportunitat per abordar amb l'alumnat els canvis que s'esdevenen a la ciutat. Treballar el comerç pot ser una porta d'entrada per descobrir com conviuen la tradició i l'avantguarda a la ciutat. Apropar-se al barri pot ser una oportunitat per fer-nos conscients dels canvis en els tipus de comerços, els tipus de productes que s'ofereixen i les noves formes que prenen els actes de consum. La dimensió global de la ciutat ens ajuda a veure com canvia la configuració urbanística, com es transformen els barris i se'n creen de nous i com el comerç és un agent determinant en aquest procés.

El comerç és, per tant, una manera d'aprofundir en la comprensió de la transformació permanent de la ciutat. Introduir-lo en el currículum pot oferir a l'alumnat el coneixement del seu context immediat sense aïllar-lo d'una entitat molt més gran que és la ciutat de Barcelona. Comerç i ciutat es relacionen mútuament en un viatge permanent entre la ciutat, la globalitat, i allò que és més específic, el petit comerç de cada barri.

## Introduir la diversitat en totes les seves vessants

Barcelona és una ciutat diversa. En la seva quotidianitat reflecteix l'esperit cosmopolita de les ciutats mediterrànies. La diversitat de la ciutat va més enllà de les persones i es manifesta en tots els àmbits. Barcelona mostra una diversitat arquitectònica que reflecteix els moviments culturals que l'han impactat. Té una diversitat urbanística que és testimoni dels processos de creixement de la ciutat. Presenta una gran diversitat humana que és hereva de la història i apareix com un repte permanent d'acollida i diàleg.

El comerç es configura com una oportunitat interessantíssima per abordar el repte de la diversitat. En una societat cada cop més oberta, el diàleg davant de la diversitat és un element fonamental i el comerç és un reflex d'aquest repte. Treballar el comerç a l'aula pot ser una eina per apropar-se a la diversitat des d'un fenomen significatiu i descobrir-hi valors positius que es poden projectar en la convivència entre les persones. Comerç i persones es troben de manera permanent, aporten com a resultat la convivència dins de la diversitat i converteixen aquest fet en un valor fonamental de la ciutat de Barcelona.

## Apropar l'escola al medi

Un dels objectius fonamentals del sistema educatiu és formar la ciutadania per fer front als reptes que li planteja el medi. Per fer-ho la vinculació entre escola i medi és una eina molt potent. En el moment que l'escola i el medi es connecten la dimensió d'acció ciutadana s'incorpora en el currículum i fa de la relació entre escola i medi una oportunitat per actuar de manera activa, crítica i responsable.

El comerç és un context significatiu per estimular la relació entre escola i medi. El comerç té significació des de la perspectiva de l'alumnat, la societat i el currículum. Per a l'alumnat el comerç forma part de la vida quotidiana pel que té de configuració social i estètica del barri i

per la dimensió de consumidor de l'alumnat. En l'àmbit social, tal com s'ha assenyalat abans, el comerç és un agent fonamental en l'entramat de la ciutat. I en l'àmbit curricular, el comerç és present en els temaris de moltes assignatures. En alguns casos de manera directa, com en les ciències socials. En d'altres, de manera indirecta i és un recurs més, com en el cas de les matemàtiques o les ciències experimentals.

Comerç i escola es troben diàriament a les aules. Sovint molts problemes de matemàtiques, exemples de coneixement del medi o bé cites a les classes de llengua tenen com a referència el comerç. Fer aquesta aproximació de manera directa, fer que l'alumnat entri en el comerç com a nucli de recerca, pot ser una oportunitat d'enriquir el currículum vinculant-lo al seu medi proper.

## Incorporar l'educació del consum en el currículum

Els eixos transversals han tingut una presència cada cop més desigual en el currículum escolar. Entre els diferents eixos transversals, l'educació del consum ha estat una àrea de treball significativa per al professorat. La necessitat de formar l'alumnat com a consumidor ha esdevingut una preocupació per als docents. Històricament a les aules s'han introduït continguts com ara la gestió dels diners, la publicitat, els drets i la responsabilitat dels consumidors. En definitiva, reflexions rellevants sobre els actes de consum per afavorir que l'alumnat es formi també com a consumidor.

El comerç és un espai en el qual el consum pren una dimensió fonamental i, per tant, una oportunitat per treballar l'educació del consum en contextos significatius. Cada comerç és una possibilitat per conèixer la legislació que regula la venda de productes, per analitzar els llenguatges que ens apropen a les ofertes, per afavorir la reflexió sobre les pròpies opcions i les necessitats de l'alumnat. En definitiva, el comerç es configura com un dels espais de consum per excel·lència. Un consum que, lluny de ser superflu, sovint demana a l'alumnat la reflexió per prendre les pròpies opcions en funció de les possibilitats i limitacions tant del mercat com personals.

El comerç és un context òptim per introduir l'educació del consum. Treballar el comerç pot ser una oportunitat per conèixer-ne les característiques pròpies i les de les persones que en són responsables. Pot ser, en definitiva, una manera de generar diàleg entre les persones com a consumidores i els establiments comercials que ofereixen béns i serveis per ser conscients que els uns i els altres són agents constructors del comerç de la ciutat.

---

Per afavorir la vinculació entre el currículum escolar i el fenomen del comerç, els quadres següents mostren els principals objectius terminals de les àrees curriculars, d'Educació Primària i del primer cicle d'ESO, que es poden relacionar amb la proposta de treball sobre comerç de la ciutat de Barcelona.

## Educació Primària

### Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de llengua

2. Reconèixer els diferents factors que defineixen una situació comunicativa: emissor, receptor, funcionalitat i context en què es produeix.
4. Transformar un mateix missatge d'acord amb les diferents situacions comunicatives.
7. Sentir la necessitat de saber escoltar per comprendre, informar-se i poder participar posteriorment en la conversa.
14. Reconèixer els diferents tipus de textos segons la funcionalitat i la presentació.
17. Utilitzar les estratègies i habilitats necessàries per a una bona comprensió (formular preguntes sobre el text, identificar la idea principal i les parts del text) i rapidesa lectora (ampliació del camp visual, memorització de paraules, atenció).
21. Reconèixer i utilitzar diferents tipus de registres en les comunicacions escrites: avisos, cartes personals, anuncis, resums, notícies periodístiques, cròniques.
25. Adoptar una actitud crítica i raonada davant dels actes comunicatius en què s'actua de receptor (dramatitzacions, exposicions de temes, televisió, etc.).

### Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de coneixement del medi. El medi natural.

6. Interrogar-se davant del fet i els fenòmens que succeeixen al seu voltant.
7. Fer l'observació periòdica i sistemàtica d'alguns fenòmens o processos, identificar els factors que hi intervenen i detectar i examinar els canvis que s'hi produeixen.
10. Actuar amb rigor en el tractament de la informació i la comunicació.
15. Comunicar verbalment les observacions fetes o els resultats de les experiències.
20. Mostrar interès per aplicar en diverses situacions concretes els conceptes apresos.
22. Ordenar la informació rebuda o les dades obtingudes al voltant de paraules clau o idees fonamentals.

**Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de coneixement del medi.  
El medi social i cultural**

3. Identificar nocions i situacions temporals de simultaneïtat, successió, durada, continuïtat, canvi, referides a fenòmens temporals i històrics.

8. Plantejar preguntes referides a fets observables i problemes coneguts.

12. Reconèixer-se com a membre de diversos grups socials (escola, família, agrupacions culturals, esportives, etc.).

15. Indicar funcions i serveis de les ciutats i la distribució territorial de les principals ciutats catalanes.

18. Identificar el treball i les activitats econòmiques de l'entorn quotidià.

26. Comparar alguns trets fonamentals sobre l'evolució del treball i de les formes de vida quotidiana (alimentació, habitatge, vestit, costums, tècnica, energia, transports, comunicacions, etc.) en diferents períodes històrics.

30. Indicar alguns trets de la vida a les ciutats i del gran desenvolupament del comerç a la Baixa Edat Mitjana a Catalunya.

37. Prendre consciència de la necessitat de fer aportacions personals a la vida col·lectiva, participar i col·laborar amb els altres, utilitzar el diàleg per resoldre conflictes.

42. Valorar i respectar alguns costums i formes de la vida dels avantpassats, i entendre'ls com a herència de civilització.

**Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea d'educació artística.  
Visual i plàstica**

5. Dominar el traç i conèixer-ne les possibilitats expressives per tal que es pugui aplicar a qualsevol activitat visual i plàstica.

7. Utilitzar el llenguatge visual i plàstic com a mitjà per expressar les vivències de manera autònoma i creativa.

8. Relacionar-se amb l'entorn i apreciar els valors estètics de la realitat més pròxima, tot descobrint-hi les manifestacions culturals en què la imatge té un paper predominant.

## Primer Cicle d'ESO

### Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de llengua catalana i literatura

3. Llegir, resumir i comentar, oralment i per escrit, missatges orals formals, i explicitar-ne les informacions, les idees essencials i la intenció de l'emissor.

5. Participar en les manifestacions orals que es produeixen en l'entorn escolar d'acord amb les seves convencions socials: demanar la paraula, respectar els altres quan la tinguin, centrar-se en el tema, expressar l'opinió personal raonadament i modificar-la quan s'escaigui.

6. Produir missatges orals, espontàniament o amb preparació prèvia, amb ordre, coherència i claredat acceptables en l'expressió lingüística i en el registre emprat, tot seguint, si s'escau, les pautes facilitades pel professorat.

15. Reconèixer els recursos i les convencions del registre literari i percebre els elements que el diferencien dels altres registres.

21. Valorar la importància de la llengua pròpia i el món cultural que li dóna suport i s'hi reflecteix.

### Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de ciències de la naturalesa

8. Enregistrar, de manera ordenada i precisa, manualment, amb la informàtica i instruments automatitzats, les dades obtingudes en una observació directa o en les experiències.

15. Respectar críticament les idees dels altres i cooperar en els treballs en grup.

### Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de ciències socials

2. Comportar-se respectuosament amb el medi natural, rural o urbà.

4. Classificar correctament a partir de fonts concretes els tipus bàsics en què se solen organitzar els esdeveniments i processos històrics (polítics, socials, econòmics i culturals).

17. Diferenciar a partir de l'anàlisi d'exemples concrets el funcionament i l'activitat econòmica com també la divisió tècnica del treball i l'organització del món laboral tot caracteritzant els trets generals de l'economia europea, espanyola i catalana.

**Relació del tema amb els objectius terminals de l'àrea de tecnologia**

4. Utilitzar les eines de processament de textos per elaborar, produir i manipular documents de text, amb integració de gràfics i imatges.

17. Ser conscient de la tecnificació, la industrialització i la seva evolució com a resposta a les diferents necessitats humanes, tot respectant societats de nivell tecnològic diferent.

18. Valorar la planificació del treball en equip, col·laborant-hi activament i respectant l'aportació dels altres membres de l'equip.

En definitiva, tal com s'afirma a la *Carta europea d'urbanisme*: "La ciutat ha de saber equilibrar les noves tendències i el reconeixement del patrimoni, integrar el nou sense destruir el vell... Una ciutat sense passat és com un home sense memòria. La ciutat marca les línies de la vida privada i professional de les persones, sota la forma de barri, d'edificis, d'arbres, d'esglésies, de biblioteques. Aquestes línies són herència col·lectiva del passat que proporciona a la ciutadania un sentiment de present i els permet preparar el futur."

El comerç a Barcelona és un instrument vertebrador que ajuda a equilibrar i estructurar la vida de les persones i l'entramat urbà; dóna personalitat, imatge i vitalitat a la ciutat i alhora incrementa la qualitat de vida dels ciutadans. Es converteix en un sector vital de la vida de la ciutat però, a la vegada, en un dels més sensibles als possibles canvis. És, per tant, una oportunitat al servei del sistema educatiu que pot ser una eina potent per afavorir l'educació de l'alumnat com a part de la ciutadania.

---

### 3. Organització de les activitats



La proposta didàctica presenta quatre seqüències d'ensenyament i aprenentatge, una per a cada cycle d'Educació Primària i una per al primer cycle d'ESO. Cadascuna de les seqüències té la mateixa estructura:

- Una pregunta que serveix perquè l'alumnat conegui què es treballarà en la seqüència i que orienta el desenvolupament de les activitats.
- Una activitat per començar el treball que pren forma de recurs literari, ja sigui poesia o prosa, i que es constitueix com una eina per introduir la creativitat i la dimensió emocional en la proposta de treball.
- Una proposta d'activitats en forma de subseqüència entre les quals destaca una recerca social que té com a objectiu facilitar la vinculació entre l'escola i el comerç del barri o la ciutat.
- Una activitat de tancament de la seqüència en forma d'acció sobre l'entorn i que té per objectiu afavorir en l'alumnat la presència de la perspectiva de ciutadania que actua sobre el medi amb la finalitat de transformar-lo.

L'estructura que té cada proposta de treball és la següent:



Les activitats de cada subseqüència d'aprenentatge s'han dissenyat perquè l'alumnat sigui l'artífex de l'aprenentatge, i per afavorir que es vagi construint ell mateix i activament els coneixements en interacció constant amb els altres i amb el medi. És per això que el material presenta situacions properes i pròpies de la vida quotidiana, i situacions susceptibles de ser analitzades d'una manera crítica, activa i responsable. La reflexió i la construcció de pautes de conducta sorgides com a conclusió pròpia a través de la implicació personal i del grup constitueixen punts de partida que aboquen l'alumnat a un treball de recerca i resolució de problemes pensats per afavorir la interacció amb el comerç de l'entorn, ja sigui el barri o la ciutat.

Seguint els criteris anteriors, cada subseqüència presenta les activitats amb l'estructura següent:

1. Activitat d'exploració
2. Activitats d'introducció de continguts
3. Activitats d'estructuració
4. Activitats de síntesi i aplicació

L'activitat d'exploració presenta un conjunt de propostes que tenen com a objectiu fonamental que l'alumnat expressi el seu coneixement i creences, o les seves sensacions i comportaments sobre els aspectes escollits com a nucli de treball.

Amb les activitats d'introducció de continguts es pretén que l'alumnat aprengui nous continguts tot documentant-se, analitzant textos, observant, investigant o experimentant amb el seu entorn.

Amb les activitats d'estructuració s'estimula l'ajustament personal que cada individu fa entre els seus models inicials de partida i els nous continguts introduïts, confeccionant esquemes, mapes conceptuals i informes de recerques.

L'activitat d'aplicació de cada subseqüència està pensada per tal que l'alumnat sintetitzi i apliqui els continguts treballats en altres contextos o bé comprovi els aprenentatges que ha fet al llarg de la proposta.

L'esquema següent mostra l'organització de les activitats de la proposta didàctica: el títol de cada seqüència, els títols de les dues subseqüències, la seva finalitat i les activitats que presenten.

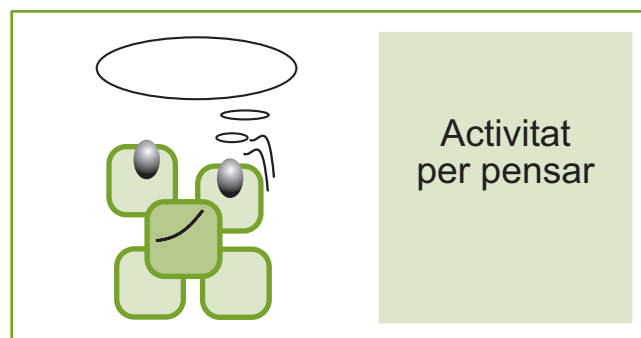
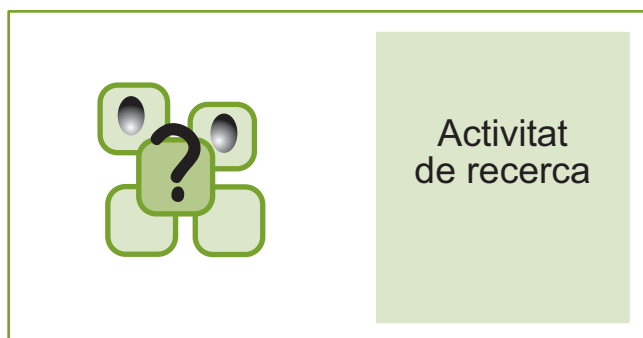
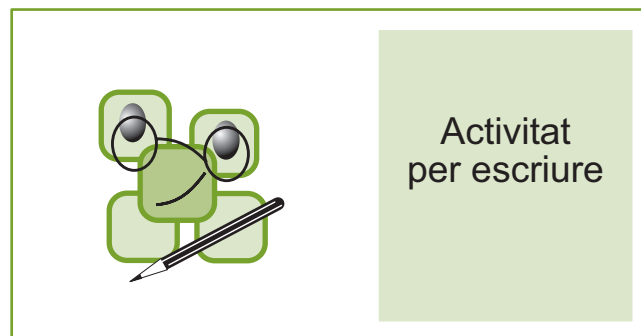
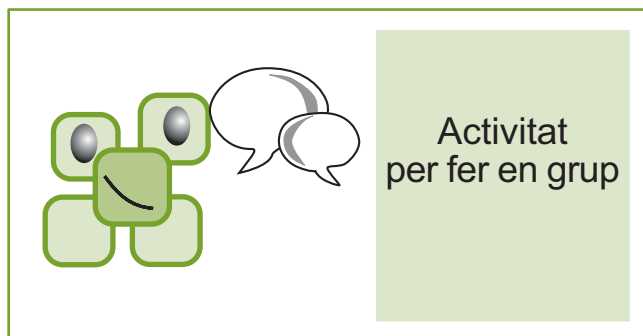
---

	Seqüència	Subseqüències	Finalitat	Activitats
Educació Primària. Cicle inicial	Totes les botigues del meu barri són iguals?	1. Quins productes puc comprar camí de l'escola?	Conèixer la diversitat de productes que es poden comprar en les botigues del barri tot identificant-ne les qualitats i propietats, per tal de reconèixer un mateix producte en diferents formes i identificar així els diferents establiments on es comercialitza.	1.1. Ens demanen un consell. 1.2. Molta varietat i un sol producte. 1.3. La botiga que més m'agrada. 1.4. Una botiga molt especial.
		2. Com sé en quina botiga puc comprar cada producte?	Prendre consciència dels trets característics que diferencien les botigues (decoració, botiguer/a, productes, olor...) per tal d'adonar-se de la diversitat de botigues existents al barri i de com les sensacions i els sentits poden ajudar a diferenciar-les.	2.1. Moltes botigues, moltes sensacions. 2.2. Totes botigues i totes diferents. 2.3. Endevinem les botigues. 2.4. Dissenyem la nostra botiga.

	Seqüència	Subseqüències	Finalitat	Activitats
Educació Primària. Cicle mitjà	On trobo el producte que necessito per...?	1. On puc comprar cada producte?	Reconèixer la diversitat de tipologies de botigues existents al barri i les seves característiques, tot descobrint els avantatges que pot suposar la compra en el comerç especialitzat i de proximitat.	1.1. Molts productes, moltes botigues. 1.2. Molts tipus de botigues. 1.3. El que trobem al nostre voltant. 1.4. Cada producte a la seva botiga.
		2. Què cal saber per ser botiguer/a?	Conèixer les característiques de la professió de botiguer/a per tal d'entendre-la com una professió de prestigi i reconèixer el botiguer/a com una persona que cal tenir en compte en les decisions de compra.	2.1. Conèixer els productes. 2.2. Conèixer les persones que treballen a la botiga. 2.3. Buscant el que saben a les botigues. 2.4. Buscant feina.

	Seqüència	Subseqüències	Finalitat	Activitats
Educació Primària. Cicle superior	Com podem agrupar els comerços?	1. Quins eixos trobem a la ciutat?	<p>Conèixer els eixos comercials com una de les formes en què s'agrupa el comerç a Barcelona per distingir-los d'altres tipus d'agrupacions.</p> <p>Investigar quants eixos comercials té la ciutat de Barcelona per tal de conèixer-ne la localització i disposició a la ciutat.</p>	<p>1.1. Un carrer ple d'oportunitats.</p> <p>1.2. Els comerços s'agrupen.</p> <p>1.3. Molts carrers, molts eixos.</p> <p>1.4. Descobrint els eixos de la ciutat.</p>
		2. Tots els eixos són iguals?	<p>Prendre consciència de la diversitat d'eixos comercials que hi ha a Barcelona per adonar-se que tot i compartir trets comuns tenen identitat pròpia.</p> <p>Identificar la diversitat d'opcions davant del comerç per descobrir el valor de la diversitat de maneres de pensar, sentir i actuar.</p>	<p>2.1. Descobrir els diferents eixos.</p> <p>2.2. Cada eix té el seu nom.</p> <p>2.3. Un eix d'eixos.</p> <p>2.4. El futur està obert.</p>
Educació Secundària. Primer cicle	Què hi ha darrere el taulell?	1. Com era el comerç de Barcelona en el passat?	<p>Identificar aspectes que possibilitin la identificació de similituds i diferències entre el comerç de Barcelona a l'Edat Mitjana i a l'època actual per relacionar l'evolució del paisatge urbà d'ambdues èpoques amb la seva activitat comercial.</p> <p>Prendre consciència dels continus canvis del comerç per aconseguir eines que ajudin a entendre com és el comerç actual.</p>	<p>1.1. Quan l'ofici i la botiga anaven de la mà.</p> <p>1.2. Un salt en el temps.</p> <p>1.3. Una ciutat dinàmica.</p> <p>1.4. Explicar la història.</p>
		2. Com ens imaginem el comerç en el futur?	<p>Prendre consciència de la diversitat d'establiments que es poden trobar en un eix comercial per conèixer-ne l'oferta de béns i serveis.</p> <p>Conèixer profundament les característiques d'un eix comercial per tal de tenir elements que permetin valorar possibles canvis en el comerç i nous reptes que puguin plantejar-se en un futur.</p>	<p>1.1. Quan l'ofici i la botiga anaven de la mà.</p> <p>1.2. Un salt en el temps.</p> <p>1.3. Una ciutat dinàmica.</p> <p>1.4. Explicar la història.</p>

Al llarg de la seqüència el professorat trobarà diverses tipologies d'activitats. Davant de cadascuna d'elles, trobarà una icona que orienta el tipus de demanda que se li fa a l'alumnat:



## 4. Orientacions didàctiques de les activitats



### Educació primària: cicle inicial

#### Activitat inicial: Totes les botigues del meu barri són iguals?

L'amplia oferta de comerços de Barcelona esdevé, cada vegada més, un dels símbols que caracteritzen la ciutat. Botigues de barri, grans magatzems, establiments especialitzats, centres comercials, entre d'altres tipus de comerços, són els que dia a dia omplen els carrers de la ciutat.

Entre la gran oferta de botigues no és estrany trobar gran diversitat de productes, que evolucionen i es modernitzen constantment, i que estimulen el consumidor a estar sempre informat de les novetats del mercat.

Treballar la diversitat de comerços i productes que ofereix la ciutat de Barcelona, i més en concret el barri de l'escola, és una manera de fer prendre consciència a l'alumnat de la realitat del seu context, i, alhora, d'estimular-lo a saber reconèixer els trets comuns entre la diversitat.

Es proposen dues seqüències d'activitats per tal de treballar aquests aspectes:

1. *Quins productes puc comprar camí de l'escola?* - La seqüència se centra en la diversitat de productes i formes que poden adoptar.
2. *Com sé a quina botiga puc comprar cada producte?* - Es pretén que l'alumnat conegui diverses botigues com també els elements que les caracteritzen i diferencien.

### Orientacions didàctiques:

L'activitat inicial pren com a punt de partida el poema *Oració (gramatical) d'un cigró* (pàgina 14) per tal d'introduir l'alumnat en la temàtica que cal treballar.

Tot agafant dos elements del poema: l'aigua i el cigró, es demana a l'alumnat que esbrini en quines botigues podria trobar cada producte. Seguidament es relacionen diversos productes amb les botigues on es podrien comprar.

Aquestes dues activitats estan pensades tant per fer en grup com individualment. És important que el punt d'inici de les seqüències d'activitats serveixi perquè l'alumnat expressi les seves expectatives i qüestions respecte del tema, i que aquestes es puguin anar resolent amb el desenvolupament de les activitats que es presenten a continuació.



## 1. QUIN PRODUCTE PUC COMPRAR CAMÍ DE L'ESCOLA?

El camí de casa a l'escola pot ser una oportunitat perquè l'alumnat conegui com augmenta la diversitat de comerços que hi ha al seu entorn més proper: el barri. Aquesta diversitat s'agafa de la mà de l'àmplia oferta de productes que els comerços posen a l'abast del consumidor/a. La gran varietat de marques d'un mateix producte, els diferents formats en què es pot trobar, la quantitat d'establiments on el vendran, l'extensa gamma de preus, entre d'altres, són una característica de la societat de consum.

Treballar els establiments com a eix vertebrador del comerç a la ciutat pot ser una eina per apropar l'alumnat al barri de l'escola, per tal que se sàpiga respondre la pregunta: *Quin producte puc comprar camí de l'escola?*

### Finalitat:

Conèixer la diversitat de productes que es poden comprar a les botigues del barri tot identificant-ne les qualitats i propietats, per tal de reconèixer un mateix producte en diferents formes i identificar així els diferents establiments on es comercialitza.

### Objectius:

- Conèixer els productes que es poden comprar a les botigues del barri.
- Identificar les diferents formes en què es pot trobar un producte al mercat (cuit, fresc, envasat, congelat...) i reconèixer-lo com un de sol.
- Entendre la importància del comerç especialitzat de la ciutat a l'hora d'adquirir determinats productes.

### Continguts:

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
El comerç: diversitat de productes.	Identificació de la diversitat de productes que ofereix el mercat.	Interès per satisfer el desig d'aprendre què ofereixen els comerços del barri.
Diverses formes dels productes al mercat: envasats, naturals, crus, cuits, etc.	Descripció d'un producte i reconeixement de les diferents formes en què es pot trobar.	Actitud favorable vers la participació en grups de treball i de discussió respecte de la diversitat de formes dels productes.
El comerç i la venda especialitzada.	Observació i descripció d'una botiga del barri.	Esperit d'observació i interrogació vers l'entorn proper (barri) i quotidià. Respecte per la feina dels altres companys/es.

## Orientacions didàctiques:

La gran quantitat de productes que es consumeixen actualment prenen diverses formes. Cada producte té una identitat pròpia. Un exemple molt proper per a l'alumnat pot ser el pa. El trobem de moltes formes diferents: amb nous, amb sal, sense sal, de motlle, en barra... I sempre és pa. Aprofundir en el mateix producte per tal de reconèixer la diversitat de botigues on es pot trobar és el que proposen les activitats següents.

Amb l'activitat *Ens demanen un consell* es pretén que l'alumnat conegui les diverses botigues on es pot comprar un mateix producte, i les formes en què es pot trobar. És important fer èmfasi en què les classificacions que faci l'alumnat poden ser diferents. Pot ser que un producte no es trobi en una única botiga i alhora que una mateixa botiga vengui dos dels productes demanats. En la segona part l'alumnat haurà de triar un dels productes treballats i especificar les formes en què es podria trobar a la botiga. Aquesta proposta permet treballar les diferents formes en què es pot comprar un producte: congelat, precuinat, envasat, fresc, etc.

L'activitat *Molta varietat i un sol producte* té com a finalitat descriure i explorar a través dels sentits dos productes quotidians: el pa i el formatge. L'activitat es farà en petits grups de 4 o 5 alumnes, per tal que la manipulació dels aliments sigui més fàcil; tot i així, l'emplenament de la fitxa es farà individualment. L'activitat es pot guiar fent preguntes, centrades en els sentits, del tipus: Quina forma té el pa? De quin color és? Acosteu-vos al pa, quina olor fa? Fa més olor ara o quan acaba de sortir del forn? Heu entrat mai en un forn de pa just quan acaben de coure'l? Quin gust té? Si hi posem nous tindrà el mateix gust? Sempre té el mateix gust? Quin tacte té? A què recorda el seu tacte? És igual per dins que per fora? Si el pessiguem quin soroll fa? I quan es trenca una barra de pa? Completar aquesta activitat posant en comú les semblances i les diferències de les respostes dels companys de grup pot enriquir la visió i el coneixement sobre els productes i les seves diferents presentacions.

L'activitat *La botiga que més m'agrada* gira al voltant d'una visita a les botigues del barri. Es reconeixeran els productes que s'hi venen i, finalment, es farà una tria de la botiga que més ha agradat. Aquesta sortida també pot servir per treballar aspectes d'educació cívica com el fet de caminar correctament pel carrer; també es pot demanar permís als botiguers si cal fer un fotografia de la botiga tot explicant que és un treball de l'escola. Durant el passeig seria interessant anar fent preguntes sobre els productes que es venen a les botigues: Quins productes ven aquesta botiga? Com sabeu què hi venen? S'especialitza en un mateix tipus de producte o ven productes diferents? Per què us agrada més aquesta botiga que les altres?

Una vegada triada la botiga se'n farà una fotografia i es passarà a la segona part de l'activitat, que es desenvoluparà a l'aula. Aquí caldrà triar un dels productes que vengui la botiga, tenint en compte les diferents formes en què es pot trobar, i buscar-ne imatges a revistes, diaris, etc. Tot seguit es proposa fer un collage. De les fitxes resultants se'n pot fer una exposició a l'aula on cada grup expliqui a la resta el seu propi treball.

L'activitat *Una botiga molt especial* proposa que l'alumnat utilitzi tots els coneixements treballats en les activitats anteriors. Es fa servir el mateix producte triat en la tercera activitat i

es proposa que l'alumnat el porti a l'aula en la diversitat de maneres que el pugui trobar a les botigues del barri. És important tenir en compte que la implicació i el treball de les famílies ajudarà al desenvolupament de l'activitat. Si no fos possible, algunes de les alternatives possibles són: anar-ho a comprar el grup classe o demanar-ho a la cuina de l'escola. Amb el que porti l'alumnat es dissenyarà, a l'aula, una botiga especialitzada. També s'hauran de pensar i fabricar tots aquells elements que distingiran la botiga: la decoració, el nom, la disposició dels productes, etc.

A partir d'aquesta activitat és convenient parlar de la riquesa que aporta conèixer la gran quantitat de formes que podem trobar d'un sol producte a les botigues i de l'ús que se'n pot fer de cadascuna d'elles. Adoptar aquesta visió pot ajudar a reconèixer amb més facilitat aquells productes que ofereixen els comerços del voltant.



## 2. COM SÉ EN QUINA BOTIGA PUC COMPRAR CADA PRODUCTE?

La ciutat de Barcelona ofereix gran diversitat de comerços, cadascun d'ells amb les seves particularitats. Tot i així, les botigues mantenen una certa homogeneïtat: una persona especialista (botiguer/a) que atén la clientela, uns productes concrets, una decoració típica, una olor característica, un soroll associat, un rètol específic, i d'altres que s'aniran descobrint al llarg de les activitats. A grans trets podríem definir, doncs, uns elements comuns als comerços. Una de les vies per reconèixer-ho fàcilment podria ser la dels sentits i de retruc la de les sensacions: una peixateria que fa olor de..., en una botiga de roba sona música de..., una fruiteria amb fruites de colors..., una farmàcia que transmet la sensació de... Actualment alguns d'aquests trets han passat a convertir-se en elements publicitaris en les mateixes botigues, i fan que els consumidors identifiquin, per exemple, una olor o una música amb un establiment determinat.

En les activitats de la segona seqüència es vol fer èmfasi en el coneixement dels elements característics dels diferents establiments com a mitjà per reconèixer els tipus de botigues del barri, perquè: *Com sé en quina botiga puc comprar cada producte?*

### **Finalitat:**

- Prendre consciència dels trets característics que diferencien les botigues (decoració, botiguer/a, productes, olor...) per tal d'adonar-se de la diversitat de botigues existents al barri i de com les sensacions i els sentits poden ajudar a diferenciar-les.

### **Objectius:**

- Distingir les botigues del barri en funció de l'oferta de productes.
- Descriure les característiques específiques d'un establiment del barri a partir de les sensacions i informacions obtingudes.
- Denominar els instruments característics de cada botiga i relacionar-los amb la professió de botiguer/a.
- Entendre el llenguatge publicitari de les botigues (rètols) com a mitjà per cridar l'atenció del consumidor.

**Continguts:**

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
El comerç: diversitat de botigues.	Descripció de les botigues del barri a través dels sentits.	Interès per investigar i descriure les botigues del barri.
Aspectes característics d'una botiga.	Identificació dels trets comuns que defineixen un tipus de botiga: botiguer/a, productes, mobiliari, decoració i colors.  Disseny d'una botiga.	Predisposició per reconèixer i identificar nous aspectes en contextos coneguts com ara els comerços del barri de l'escola.
Elements publicitaris de les botigues: el rètol.	Utilització d'eines publicitàries.	Valoració del llenguatge publicitari com a eina per despertar sensacions.  Respecte pels dissenys publicitaris dels altres.

**Orientacions didàctiques:**

La decoració que caracteritza els diferents establiments pot ser un element que cal tenir en compte a l'hora de reconèixer quines botigues oferiran el producte que es busca. Hi ha establiments que mantenen una estructura decorativa semblant segons el producte que ofereixen. Per exemple, tots els forns de pa tenen uns elements comuns que seran molt diferents dels d'una sabateria, una botiga de roba o una agència de viatges. Les activitats que es presenten a continuació pretenen descobrir la importància d'aquests elements mitjançant les sensacions. D'aquesta manera es pot entendre l'estructura de la botiga com a part del seu llenguatge publicitari.

L'activitat *Moltes botigues, moltes sensacions* pretén explorar les sensacions que provoquen en l'alumnat les diferents botigues del barri. És important que en treballar aquest aspecte es reconegui la vessant emocional dels actes de consum. És clara l'evidència que, actualment, aquests actes van més enllà de la reflexió racional, per incorporar la dimensió emocional. L'alumnat haurà de triar i descriure una botiga del barri a través de les sensacions que li provoca, fent-ne, posteriorment, un dibuix.

L'activitat *Totes botigues i totes diferents* té com a finalitat que l'alumnat investigui sobre les botigues del barri per tal de descobrir les diferències que les caracteritzen. Les converses amb els familiars ajudaran a cada alumne/a a omplir la fitxa proposada. És important fer una llista de les botigues i repartir-les per tal que cada alumne/a s'encarregui d'investigar una botiga diferent. D'aquesta manera s'afavoreix la descripció d'una àmplia varietat de botigues, i una posada en comú molt més rica. S'ha d'intentar que quedin clares les diferències i els elements comuns entre les botigues. Es proposa fer una exposició de les fitxes, per tal d'exemplificar aquesta diversitat.

En l'activitat *Endevinem botigues*, l'ús d'endevinalles pot afavorir que l'alumnat reflexioni sobre els elements que defineixen cada botiga. Els colors de la botiga, el vestuari del botiguer/a i els estris que necessita, els productes que s'hi venen, el soroll, entre d'altres, són alguns dels elements que es descriuen a les endevinalles. Aquestes endevinalles són proposades per uns personatges i l'alumnat haurà de trobar-ne la resposta. Tot seguit, per grups, se n'hauran de pensar quatre i d'aquesta manera s'afavorirà el treball de la imaginació i del lèxic específic de les botigues.

En darrer terme, l'activitat *Dissenyem la nostra botiga* pretén fer una última mirada als diferents aspectes sobre els quals s'han centrat les activitats anteriors. L'alumnat haurà de dissenyar una botiga tenint en compte les característiques que les diferencien, tot retallant les plantilles dels botiguers, productes, estris i elements que defineixen un determinat comerç.

Aquesta activitat, doncs, pot ser una eina útil per afavorir el record i la identificació, en l'àmbit plàstic, dels elements del comerç que es vol representar.

## ACTIVITAT FINAL - Totes les botigues del meu barri són iguals?

El rètol d'una botiga és un dels elements que la caracteritza. Aquest element tan distintiu està dissenyat per aconseguir cridar l'atenció, atreure la clientela i, per descomptat, informar al consumidor de l'establiment que trobarà. Reunir en aquest disseny tots els elements que caracteritzen una botiga, els productes i les seves diferents formes, la decoració de la botiga i l'estructura de l'establiment és una manera d'apostar per un rètol ben complet. Aquesta tasca és la que es proposa amb la darrera activitat, per tal que l'alumnat apliqui tots els continguts treballats en les dues seqüències anteriors.

### *Orientacions didàctiques:*

L'activitat final Totes les botigues del meu barri són iguals? pretén fer èmfasi en el rètol com a element publicitari de la botiga, que en reflecteix totes les característiques. És per això que els colors, el tipus de lletra, les imatges dels productes, la lluminositat o la mida no són elements triats a l'atzar.

Es proposa a l'alumnat que dissenyi un dels rètols de les botigues proposades, tenint en compte tot això, i que a continuació n'inventi un de nou. D'aquesta manera es pretén que l'alumnat pregui consciència de les eines publicitàries que en la societat de consum tenen cada vegada més força.

L'exposició a l'aula de tots aquests rètols pot servir per introduir el concepte d'eix comercial.

#### **Eix Comercial**

Entitat que reuneix les associacions de comerciants d'un territori amb un objectiu concret però múltiple: delimitar una zona comercial, adequar-la urbanísticament perquè cobreixi les necessitats comercials, donar-li un nom genèric, potenciar-la comercialment i fer-ne la promoció interna i externa necessàries per generar-hi els fluxos imprescindibles de clients.



## Educació primària: cicle mitjà

### ACTIVITAT INICIAL - On trobo el producte que necessito per...?

El comerç forma part de la nostra vida quotidiana. Actualment consumim per cobrir les necessitats més bàsiques, per estar a la moda, per gaudir del temps d'oci i, fins i tot, per relacionar-nos amb els altres. No sempre es consumeix de la mateixa manera, i no sempre són els mateixos comerços els que ofereixen el producte que es necessita; però és ben cert que la gran oferta i l'accés còmode al consum facilita les compres.

Treballar la diversitat de botigues del barri de l'escola, la tipologia i característiques de cadascuna, l'especialització i professionalitat de les persones que hi treballen, com també els productes que s'hi poden trobar és una oportunitat perquè l'alumnat de cicle mitjà entri en contacte amb la realitat dels seus comerços de proximitat.

Aquesta presa de contacte es durà a terme amb el desenvolupament de les activitats proposades en les seqüències següents:

1. On puc comprar cada producte? - Aquesta seqüència vol facilitar que l'alumnat diferenciï els comerços en funció dels productes que s'hi venen.
2. Què cal saber per ser botiguer/a? - L'alumnat haurà de descobrir i investigar quines són les característiques fonamentals de la professió de botiguer/a.

### Orientacions didàctiques:

L'activitat inicial utilitza el text Llista de la compra (pàgina 34) perquè l'alumnat es plantegi com són les botigues i els productes que s'hi venen. La llista de la compra imaginària presenta gran varietat de productes, alguns que es poden trobar a les botigues, i alhora molts d'altres que no.

Les activitats que es plantegen arran del text pretenen que l'alumnat, prenent com a referència la història d'en Robinson, imagini quins elements s'enduria a una illa deserta per, posteriorment, citar l'establiment on es podrien comprar. Reconèixer quins elements no es poden comprar i com es podrien aconseguir és una via per treballar la imaginació i la vessant emocional dels actes de consum.



#### 1. ON PUC COMPRAR CADA PRODUCTE?

La ciutat de Barcelona, l'any 2005, situava la xifra de comerços en aproximadament 35.000. Aquests, distribuïts pels barris de la ciutat, es poden agrupar segons el tipus de producte

que venen: alimentació; tèxtil, calçat i pell; parament de la llar; oficina i mecànica ; llibres, diaris i revistes; productes químics i farmacèutics; material de transport... Els establiments d'alimentació són els que actualment hi tenen més presència.

Hi ha comerços que s'especialitzen en un tipus de producte concret (botiga especialitzada) i n'hi ha d'altres que venen molts productes diferents (botiga polivalent), i cada vegada pren més presència a la ciutat aquest últim tipus de comerç.

A l'hora de consumir caldrà decidir i valorar segons les característiques de cada tipus de comerç, per veure quin s'ajusta més a la demanda personal. Potser una botiga polivalent ofereix tots els productes en un mateix espai, però potser una botiga especialitzada ofereix molta més varietat de productes per triar. És important no obviar l'opció del comerç de proximitat, aquell proper al lloc on vivim, i que sovint s'especialitza en una determinada oferta de productes.

A continuació es presenten un seguit d'activitats que pretenen que l'alumnat sigui conscient que els actes de compra són una presa de decisions. Triar el comerç amb criteri ajudarà a saber respondre: On puc comprar cada producte?

### **Finalitat:**

" Reconèixer les diverses tipologies de botigues existents al barri i les seves característiques, tot descobrint els avantatges que pot suposar la compra en el comerç especialitzat i de proximitat.

### **Objectius:**

- Conèixer diferents tipologies de comerç: botigues especialitzades i polivalents.
- Diferenciar les botigues del barri entre especialitzades i polivalents.
- Reconèixer les botigues del barri com a comerç de proximitat.

### **Continguts:**

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
El comerç de proximitat: les botigues especialitzades i les polivalents.	Enumeració de diversos establiments.	Interès per conèixer les diverses tipologies d'establiments.
Característiques de les botigues especialitzades i de les polivalents.	Establiment de relacions entre necessitat i tipus de botiga.	Disposició a justificar amb criteris personals les relacions fetes.

### **Orientacions didàctiques:**

Cada botiga ven un tipus de productes en funció de molts criteris. El coneixement del botiguer/a, la resta de botigues de l'eix comercial i la història de l'establiment en podrien ser un exemple. El comerç de proximitat es caracteritza per oferir una oferta àmplia i especialitzada de productes. Conèixer aquesta oferta serà l'eix central de la seqüència que es presenta tot seguit.

L'activitat *Molts productes, moltes botigues* pretén que l'alumnat esmenti diversos comerços per fer una enumeració del nom de les botigues on es podrien comprar els productes presentats. Després de posar-ho en comú es pot fer una llista de tots els establiments esmentats. És important que l'alumnat sigui conscient que l'entramat comercial del barri ofereix moltes oportunitats per adquirir productes.

Amb l'activitat *Molts tipus de botigues* es planteja un criteri de classificació dels comerços segons el tipus de producte que venen: botiga especialitzada i botiga polivalent. S'entén per *especialitzada* aquella en què la seva venda es concreta en un determinat tipus de producte (carnisseria, botiga de fotografia, pelleteria, botiga de llegums, peixateria...), i per *polivalent* aquella que ven productes diferents (supermercat, basar multipreu, papereria...). De manera complementària, en parlar de comerç especialitzat i polivalent es pot introduir també el concepte de *comerç de proximitat*. Redescobrir les botigues del barri, quins productes venen, qui n'és el botiguer/a, com també la seva història, pot ser un bon exercici per descobrir els avantatges del comerç de proximitat.

En un primer moment, l'alumnat haurà de diferenciar les botigues descrites segons la classificació explicada. Tot seguit, és aconsellable que es justifiqui quines poden ser les característiques i els avantatges de les botigues especialitzades, ja que sobre aquestes es farà més èmfasi en les activitats posteriors.

En l'activitat *El que trobem al nostre voltant* es pretén que l'alumnat es traslladi al seu context comercial proper, el barri de l'escola, per investigar quins comerços especialitzats i quins polivalents hi ha. Arran d'aquesta descoberta es farà una tria posterior per tal d'omplir una fitxa sobre l'establiment triat. La realització d'aquesta té com a objectiu que l'alumnat es fixi en aspectes concrets com ara:

- El nom i la situació de la botiga en el barri. Com a activitat complementària, es pot elaborar un mapa del barri marcant els comerços especialitzats i polivalents que hi ha, per tal de tenir-ne la referència de tots.
- Els productes o serveis que s'hi venen. Es pot introduir el concepte de *bé* (producte material que és tangible i que es pot emportar) i *servei* (prestació que ofereix un professional al consumidor que ho requereixi), per tal de conèixer-ne la diferència i anar prenent consciència de les característiques dels actes de consum.
- El botiguer/a i la formació que té sobre allò que ven.
- El tipus de botiga que és: especialitzada, polivalent; entre d'altres possibles classificacions.

Amb la darrera activitat, *Cada producte a la seva botiga*, es pretén que l'alumnat sàpiga justificar en quin tipus de botiga seria recomanable anar a comprar segons la situació. La dinàmica gira al voltant de les necessitats que exposen uns personatges. S'haurà de donar resposta a aquestes necessitats tot indicant quin tipus de botiga (especialitzada o polivalent) vendrà allò que es vol comprar i justificar la resposta. La segona part de l'activitat es desenvoluparà tot inventant noves situacions i responent-les.

Com a complement, es pot demanar a l'alumnat que anomeni a quines botigues del barri podria anar a comprar cada personatge.



## 2. QUÈ CAL SABER PER SER UN BON BOTIGUER/A?

El botiguer/a és aquella persona que te botiga posada, o n'és propietària o gerent. Però la seva tasca és molt més complexa que el que en deixa entreveure la definició. Històricament el botiguer/a era el menestral o artista dedicat al comerç al detall, especialment els venedors de teixits de llana i seda. Actualment, però, la professió s'ha anat ampliant i engloba un gran nombre de persones amb uns trets comuns a l'hora de vendre: tracte personalitzat al client, coneixement característic dels productes que ven, informació de les últimes novetats del mercat, competència per a la gestió administrativa...

Sovint els botiguers d'un mateix ram s'associen en gremis per tal de defensar els interessos de la seva professió. A Barcelona, a la fi del segle XIV, es constituïren els primers gremis de botiguers.

Amb aquesta segona seqüència d'activitats es vol destacar la professió de botiguer/a, i en concret de les botigues properes a l'alumnat, per tal de saber més a fons *Què cal saber per ser un bon botiguer/a?*

### **Finalitat:**

- Conèixer les característiques de la professió de botiguer/a per tal d'entendre-la com una professió de prestigi i reconèixer el botiguer/a com una persona que cal tenir en compte en les decisions de compra.

### **Objectius:**

- Reconèixer la importància de la figura del botiguer/a en els actes de consum.
- Distingir els coneixements, estris i destreses que ha de tenir el botiguer/a en funció dels productes que ven.

**Continguts:**

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
Botiguers: estris, coneixements i habilitats dels diferents botiguers.	Expressió dels coneixements sobre la professió de botiguer/a.	Interès per expressar i conèixer nous aspectes del comerç.
Característiques de les botigues especialitzades i de les polivalents.	Ordenació d'aspectes relacionats amb els diferents tipus de botiguers.  Ús de l'entrevista per identificar característiques de la professió de botiguer/a.	Respecte per la professió de botiguer/a.

**Orientacions didàctiques:**

Exercir la professió de botiguer/a va més enllà de donar el producte, cobrar i embolicar. Cal conèixer els productes, les necessitats de la clientela, el marc legal, les novetats del mercat i disposar de les habilitats requerides. Aquesta segona seqüència d'activitats pretén aprofundir en les característiques d'aquesta professió.

L'activitat *Conèixer els productes* parteix dels coneixements que té l'alumnat sobre la professió de botiguer/a amb la finalitat d'aprofundir-hi. L'exemple d'un personatge que vol muntar un negoci d'instruments musicals servirà perquè l'alumnat exposi allò que cal saber per ser botiguer/a.

Un dels elements principals és conèixer bé el producte que es ven. Per això, la segona part de l'activitat demana que s'enumerin els coneixements necessaris per ser botiguer/a en els diferents comerços. És rellevant que durant la posada en comú es faci referència al fet que tots els botiguers tenen unes característiques comunes, però la diferència rau en el coneixement del producte que venen o del servei que ofereixen.

*Conèixer les persones que treballen a la botiga* és una activitat que té com a finalitat contrastar i enriquir les idees prèvies de l'alumnat tot fent una visita als comerços del barri, per entrevistar-ne els botiguers. L'activitat es proposa en grups de 4 o 5 alumnes. És important que abans de la sortida quedin clares les pautes de l'entrevista amb un guió. Un incentiu per a l'alumnat pot ser tenir ben present que ha de ser una entrevista rigorosa en la qual els resultats que s'extreguin aportin més informació de la que es tenia inicialment. És per això que es poden proposar temes nous, i així introduir conceptes com per exemple: l'especialització o la polivalència de la botiga (tema treballat en la seqüència anterior), l'evolució del mateix comerç o del comerç del barri (història de la botiga, per exemple), la formació com a botiguer/a i els criteris de solidaritat o sostenibilitat que té en compte (comerç just, denominacions d'origen, embolcalls reciclables, embalatges reutilitzables, etc.) o les demandes de la clientela.

Amb tota la informació obtinguda es proposa fer un mural a l'aula. Si s'utilitzen les mateixes botigues que en la seqüència anterior, es poden localitzar en el mapa del barri que s'ha fet anteriorment.

Amb l'activitat *Buscant el que saben a les botigues* es pretén que l'alumnat conegui d'altres elements importants que ha de dominar un botiguer/a, com són les habilitats i estris que ha d'utilitzar. Es demana a l'alumnat que relacioni aspectes concrets de les botigues amb els coneixements o habilitats del botiguer/a i els estris que necessita per exercir la professió. El resultat de la relació serà el següent:

Botiga	Producte	Què cal saber?
Llibreria	Llibres	Conèixer escriptors i novetats editorials Gèneres literaris
Botiga d'electrodomèstics	Aparells elèctrics domèstics	Característiques tècniques dels aparells Diverses marques Prestacions de cadascuna de les marques
Barreteria	Barrets	Teixit Saber utilitzar el metre Fer patrons
Botiga de teles	Metres de roba	Saber tallar amb precisió Saber utilitzar el metre Teixit Fer patrons
Botiga d'instruments musicals	Instruments musicals	Diverses marques Coneixements musicals Prestacions de cadascuna de les marques

En la posada en comú serà interessant veure que a l'apartat *Què cal saber?* no tothom haurà respost el mateix, i entendre'n la justificació de cadascú pot enriquir l'exercici. A més, anotar després d'altres coneixements i intentar respondre per què un coneixement pot relacionar-se amb més d'una botiga permetrà que l'alumnat adopti una visió més àmplia de la professió.

Finalment, la proposta *Buscant feina* pretén que l'alumnat faci ús de tot el que s'ha treballat a les activitats anteriors. A partir de l'explicació que fan quatre personatges sobre els seus coneixements, aficions, interessos i habilitats, es proposa a l'alumnat que anomeni quina botiga

seria la més adient perquè hi treballi cada personatge. Per acabar es proposa que, en parelles, l'alumnat inventi nous personatges i els intercanviï amb d'altres parelles per tal d'assignar-los una possible feina. Si per a un mateix personatge l'alumnat proposa diverses feines, s'obre l'oportunitat de parlar de les semblances i diferències entre els diversos botiguers.

## ACTIVITAT FINAL - On trobo el producte que necessito per...?

Consumir de manera responsable i valorar els elements rellevants quan es duu a terme una compra no és una tasca fàcil. El comerç de proximitat, la tipologia de cada botiga, especialitzada o polivalent, com també l'assessorament del professional poden ser alguns dels aspectes que cal tenir en compte a l'hora de decidir quina botiga s'ajusta més a les necessitats de cada consumidor/a. Elaborar una llista de consells per fer una compra responsable és una eina perquè l'alumnat adopti una mirada crítica davant dels actes de consum.

### *Orientacions didàctiques:*

L'activitat final On trobo el producte que necessito per...? pretén aplicar els aspectes treballats respecte de l'especialització de les botigues i la professió de botiguer/a. Primerament, tot recuperant el personatge de l'activitat inicial, en Robinson, es pretén que l'alumnat faci una llista dels establiments on podrà comprar els productes que necessita per fer una festa. D'aquesta manera es treballa de nou la diversitat d'establiments, com també el seu grau d'especialització en un producte concret.

Tot seguit, es demana que s'elabori una llista de consells per a en Robinson per tal que pugui dur a terme una compra responsable. Aquests consells poden girar al voltant de tots aquells aspectes que l'alumnat consideri importants. És pot començar pels ja treballats: la tipologia de botigues i l'atenció personalitzada del botiguer/a. Finalment, aquesta llista de consells pot ser exposada a l'escola per utilitzar-la com a exemples de criteris que cal tenir en compte per fer una compra responsable.

---



## Educació primària: cicle superior

### ACTIVITAT INICIAL - Com podem agrupar els comerços?

Els barris que formen Barcelona presenten una personalitat i unes característiques pròpies. Al barri, s'hi viu, s'hi treballa, s'hi passeja i s'hi compra. Dins d'aquesta diversitat, el comerç i l'activitat comercial són elements rellevants. Aquesta importància no es circumscriu només a l'activitat econòmica, sinó que també ha estat un factor essencial en el desenvolupament urbà de la ciutat i la vida de les persones. Quan es compren aliments, roba o un regal d'aniversari, la ciutat i el comerç orienten aquesta activitat.

Treballar el comerç a l'aula des d'aquesta perspectiva pretén situar l'alumnat en un procés que l'ajudi a entendre el comerç com un fenomen quotidià i estretament relacionat amb l'individu i el seu entorn urbà.

Així, es proposen dues seqüències d'activitats:

1. *Quins eixos podem trobar a la ciutat?* - L'alumnat entrarà en contacte amb els eixos comercials com un dels elements característics del comerç de la ciutat de Barcelona.
2. *Tots els eixos són iguals?* - L'activitat se centra a descobrir la diversitat d'eixos comercials, i com la identitat de cadascun d'ells està relacionada amb l'entramat urbanístic de la ciutat.

### Orientacions didàctiques:

La primera activitat pretén fer entendre que parlar de comerç és fer referència a molts aspectes: l'econòmic, l'urbanístic, les activitats humanes, la cultura i les relacions socials.

Es proposa una dinàmica consistent a relacionar paraules del text *Origen i elaboració d'eslògans* (pàgina 54) amb característiques del comerç. És una activitat pensada per fer individualment i tot seguit fer una posada en comú que enriqueixi les diferents visions de l'alumnat. També facilita el plantejament de dubtes que puguin resoldre's mentre es fan la resta d'activitats de la seqüència.



#### 1. QUINS EIXOS PODEM TROBAR A LA CIUTAT?

Treballar el comerç mitjançant el coneixement dels eixos comercials pretén ajudar l'alumnat a conèixer de manera més profunda l'activitat comercial de Barcelona. Comporta endinsar-lo en un procés en el qual discriminar, identificar i combinar informacions són competències importants que ajuden a desenvolupar el pensament estratègic. Treballar el comerç prenent

com a referència els eixos comercials comporta descobrir carrers, indrets amb interès cultural i social, possibles activitats a fer, persones i associacions. En definitiva, descobrir i entendre maneres de viure.

Fer referència als eixos comercials possibilita un accés fàcil al coneixement de l'espai urbà en el qual l'alumnat desenvolupa diàriament la seva activitat. No es pot obviar que cada eix comercial unifica la disciplina urbanística amb la comercial d'una manera única i les converteix en un instrument didàctic operatiu i globalitzador per treballar el comerç a l'aula. En les activitats d'aquesta primera seqüència es vol apropar l'alumnat a l'estructura del comerç de Barcelona per tal de conèixer: *Quins eixos podem trobar a la ciutat?*

### Finalitats:

- " Conèixer els eixos comercials com una de les formes d'organització del comerç de la ciutat de Barcelona.
- " Investigar quants eixos comercials té la ciutat de Barcelona per tal de conèixer-ne la localització i disposició dins de la ciutat.

### Objectius:

- Saber que alguns dels comerços a Barcelona s'agrupen en eixos comercials.
- Reconèixer els principals trets que defineixen un eix comercial i el diferencien d'altres formes d'agrupament dels comerços.
- Conèixer les característiques dels eixos comercials de Barcelona.

### Continguts:

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
Localització del comerç a Barcelona: identificació dels principals eixos comercials.	Utilització de diferents tipus de fonts d'informació per investigar sobre els eixos comercials.	Ser capaç de situar-se en el punt de vista d'altres companys/es pel que fa al comerç.
El comerç: organització de les zones urbanístiques en relació amb els comerços i l'activitat comercial.	Extracció d'informació de mapes.	Interès per fer-se entendre en missatges orals amb argumentacions senzilles sobre els eixos comercials.
Els eixos comercials: característiques comunes.	Expressió de conclusions, resultats o recerques a partir d'una informació donada.	

## Orientacions didàctiques:

En un eix comercial es poden fer una gran quantitat d'activitats quotidianes. Comprar, passejar, treballar i gaudir del temps d'oci són exemples de com les persones, les activitats i l'entramat urbanístic de la ciutat interaccionen a partir de l'activitat comercial. Conèixer la relació que s'estableix entre aquests elements i el comerç, a partir dels eixos comercials, és la intenció fonamental de la seqüència d'activitats que es presenta a continuació.

L'activitat *Un carrer ple d'oportunitats* consisteix a analitzar el comerç des de diferents perspectives. Això permet a l'alumnat entendre que quan es parla de comerç no es fa referència únicament al factor econòmic, sinó que es parla d'una relació entre elements com ara els carrers, el tipus d'activitats, la cultura o les relacions socials.

L'activitat *Els comerços s'agrupen* pretén que l'alumnat relacioni les seves activitats diàries amb els eixos comercials. Definir *eix comercial* i diferenciar-lo d'altres agrupacions comercials ajuda a relacionar el comerç amb la trama urbanística i l'ús que fan les persones de la ciutat. Apropar-se a la ciutat des dels eixos comercials comporta observar i conèixer la ciutat relacionant comerç i distribució urbanística. Aquesta activitat pot ajudar l'alumnat a entendre els eixos comercials com a dinamitzadors de l'espai urbà i com a equipaments al seu abast.

L'activitat *Molts carrers, molts eixos* permet treballar els continguts anteriors per conèixer de manera més acurada alguns eixos comercials de Barcelona. S'identifiquen carrers, places i monuments amb el nom dels diferents eixos comercials. L'activitat està pensada per fer-se individualment, tot i que, repartint els eixos comercials per grups, es pot fer una posada en comú que enriqueixi les visions individuals de l'alumnat.

L'activitat *Descobrint els eixos de la ciutat* pretén que l'alumnat apliqui els continguts treballats en la seqüència a partir de l'elaboració de propostes per a persones novingudes a Barcelona. Això suposa fer un procés de selecció de zones urbanes i comerços i relacionar-los amb les característiques dels personatges de la demanda. Implica el reconeixement i la ubicació dels diferents eixos en el mapa, una anàlisi de la informació i una elaboració posterior d'arguments per justificar l'opció presa davant de la resta de la classe. És important expressar els arguments en termes de relació entre distribució urbanística i les activitats que farà cada personatge.

Com a activitat afegida és interessant que l'alumnat, en grups, proposi situacions relacionades amb la seva vida personal. Posteriorment cada grup elaborarà propostes per recomanar un eix comercial on anar per resoldre la demanda. Aquesta activitat pot ajudar l'alumnat a treballar l'empatia i comprendre millor les diferents maneres de fer.



## 2. TOTS ELS EIXOS SÓN IGUALS?

Treballar la diversitat d'eixos comercials pot ser una bona opció per abordar la diversitat. Implica considerar les característiques particulars de cada eix i treballar-les a l'aula per establir diferències entre tots els eixos comercials. Dins de l'aula, implica la creació d'escenaris que possibilitin l'anàlisi dels eixos comercials en termes de botigues, oficis, activitats, monuments, associacions i carrers que conformen la seva identitat. Aquesta identitat es concreta en un logotip format per una frase i una imatge significativa. Treballar la relació entre l'eix comercial i el logotip possibilita treballar la diversitat, a partir d'elements propis dels eixos comercials amb els quals l'alumnat interacciona. Relacionar els logotips amb els eixos comercials també facilita el treball a l'entorn de la diversitat com a valor. Ambdós fenòmens, l'eix comercial i el logotip, fan del comerç una temàtica significativa i adient per treballar la diversitat en totes les seves vessants, i facilita que l'alumnat pugui respondre la pregunta: Tots els eixos són iguals?

### Finalitats:

- " Prendre consciència de la diversitat d'eixos comercials que hi ha a Barcelona per adonar-se que tot i compartir trets comuns tenen identitat pròpia.
- " Identificar les diverses opcions davant del comerç per descobrir el valor de la diversitat de formes de pensar, sentir i actuar.

### Objectius:

- Reconèixer característiques pròpies de diferents eixos comercials.
- Establir relacions entre les característiques pròpies d'eixos comercials i els seus logotips.
- Entendre el logotip dels eixos comercials com a reflex de la seva identitat.

### Continguts:

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
Varietat d'eixos comercials.	Identificació i interpretació de trets característics dels eixos comercials.	Atribució de valor a les respostes grupals davant dels eixos comercials.
Identitat dels eixos comercials: el logotip.	Utilització dels principals tipus de fonts d'informació directes: orals, documentals i d'observació directa.	Valoració del diàleg com a eina per arribar a acords sobre la identitat dels eixos comercials.
	Representació de missatges mitjançant logotips.	Ser conscient que la participació pròpia és un factor important en el disseny d'un nou eix comercial.

### **Orientacions didàctiques:**

Cada eix comercial forma la seva identitat en funció de diversos elements: tipologia dels carrers, diversitat de comerços, tipus de productes, zona de la ciutat, associacions de comerços. Aquesta identitat i l'esperit de l'eix comercial es concreten en un logotip\*. Reflexionar sobre com el logotip s'identifica amb la identitat dels diferents eixos comercials de Barcelona és l'objecte de la seqüència d'activitats següent.

L'activitat Descobrir els diferents eixos pretén que l'alumnat conegui la diversitat del comerç de Barcelona i la manera com influeix en la vida de la ciutat. Pot ser interessant, en la posada en comú, fixar l'atenció en les aportacions de l'alumnat i en paraules clau com ara: comerç, botigues de proximitat, oferta diversa, identitat, zona comercial i personalitat. Aquestes paraules es poden utilitzar per aconseguir la presentació del nous continguts de treball de la seqüència didàctica.

L'activitat Cada eix té el seu nom pretén acostar l'alumnat a les diverses identitats dels eixos comercials i com es concreten amb l'adopció d'un logotip. En fer l'activitat, l'alumnat haurà de relacionar diferents informacions per tal d'argumentar respostes coherents i organitzades sobre com el logotip estableix relació amb els elements configuratius de la identitat de l'eix (botigues, carrers, productes, activitats, associacions...).

A l'activitat Un eix d'eixos la identitat de l'eix queda reflectida en un esquema que recull les característiques més significatives i diverses d'aquest eix. És important destacar com l'eix reflecteix la relació entre la trama urbanística i la part humana i la dimensió comercial en la seva configuració. Les característiques més significatives poden variar segons l'eix treballat. Així, la posada en comú pot ser una bona oportunitat d'intercanvi d'informació que enriqueixi el bagatge personal de l'alumnat.

A l'activitat El futur està obert, l'alumnat haurà d'aplicar tots els continguts treballats en les activitats anteriors. A partir de respondre les preguntes plantejades a l'activitat, l'alumnat haurà de fer el disseny d'un nou eix comercial. Respondre-les en ordre permet anar construint l'eix comercial des dels aspectes més globals fins als més específics. D'aquesta manera, s'aconsegueix fer referència als continguts treballats anteriorment de manera seqüencial. En aquest punt és important que l'alumnat reconegui la importància de planificar l'activitat i la importància de crear espais de comunicació en els quals les idees de tothom puguin ser valorades.

## **ACTIVITAT FINAL - Com podem agrupar els comerços?**

El logotip i l'eslògan són elements característics dels eixos comercials de Barcelona. És important que integrin i manifestin les diverses activitats, la distribució urbanística, els establiments i la seva relació amb l'activitat de les persones. L'elaboració d'un eslògan i el logotip d'un eix comercial és una tasca que exigeix a l'alumnat revisar els continguts treballats en les dues seqüències didàctiques anteriors. El fet d'elaborar un logotip adequat a la identitat dels eixos

\* *Plasmació gràfica del nom d'una marca, títol, etc., feta amb un disseny especial que es reproduïx als rètols, anuncis, etc.*

creats per l'alumnat pretén que integri i enriqueixi tots els elements destacats a l'esquema anterior i al seu bagatge personal.

### ***Orientacions didàctiques:***

Com podem agrupar els comerços és una activitat on es posa de relleu la importància que té el logotip per a la imatge pública de l'eix comercial. El logotip ha de ser una eina publicitària que l'eix comercial utilitzi per donar-se a conèixer. Així, és important destacar les diferents tècniques publicitàries i llenguatges que s'utilitzen.

En l'elaboració del logotip és important considerar aspectes conceptuals: carrer, activitat, etc. Aspectes procedimentals de caire estètic: imatge, color, etc. I aspectes actitudinals com ara: col·laboració, realització d'aportacions, comprensió d'altres punts de vista... Es destaca la necessitat de decidir, en primer lloc, quines característiques són les més apropiades per relacionar l'eix amb el logotip (imatge, tipus de llenguatge publicitari que cal emprar, etc.). I, en segon lloc, fer una posada en comú per decidir quines aportacions són les més adients i s'ajusten millor a l'eix que s'ha de representar.

---



## Primer cicle d'ESO

### ACTIVITAT INICIAL - Què hi ha darrere el taulell?

L'activitat comercial de Barcelona ha estat sempre molt dinàmica. Històricament ha estat fonamental en la configuració de la identitat de la ciutat, ja que ha condicionat en gran mesura la distribució dels espais i les maneres de viure de les persones. Fer un recorregut per aquesta activitat comercial i associar-la a la història de la ciutat suposa analitzar i conèixer els orígens del comerç i les seves característiques actuals.

Per treballar la perspectiva històrica relacionada amb el comerç es proposen dues seqüències d'activitats:

1. *Com era el comerç de Barcelona en el passat?* - Proposta d'activitats que planteja fer un recorregut històric pel comerç de la ciutat.
2. *Com ens imaginem el comerç en el futur?* - Proposta que convida l'alumnat a imaginar el comerç de Barcelona en el futur.

### Orientacions didàctiques:

*Què s'amaga darrere el taulell?* és una activitat que situa l'alumnat en el present, com a punt de partida, per fer un recorregut històric pel comerç de Barcelona. Es treballa el comerç des de l'òptica de les botigues, els productes i els oficis relacionats amb la història de la ciutat. Aquests són elements propers, quotidians i significatius en la vida de l'alumnat. Per fer-ho es proposa la lectura del text *Diàleg impossible entre un Drac i una Lletra* (pàgina 74) i, tot seguit, la realització de tres propostes relacionades amb la història dels oficis, que estan pensades per fer-se individualment, tot i que es pot plantejar fer-les en petits grups. És important facilitar-ne una posada en comú per afavorir l'exposició d'idees diverses o el plantejament de dubtes associats a la temàtica. Amb la realització de les tres propostes s'intenta crear un punt de partida comú per facilitar els recorreguts històrics que es faran a les activitats següents.



#### 1. COM ERA EL COMERÇ DE BARCELONA EN EL PASSAT?

Treballar el comerç de Barcelona a l'aula implica conèixer el comerç des de l'òptica de disciplines diferents. D'entre elles destaca, pel seu valor educatiu, la visió que ofereix la història del comerç. Dur a terme una revisió del passat del comerç barceloní possibilita l'accés de l'alumnat a arguments amb els quals podran comprendre la situació actual del comerç. D'aquí es deriva la importància d'introduir la perspectiva històrica del comerç i treballar-la a l'aula com un recurs que permeti a l'alumnat reflexionar sobre com comerç i ciutat evolucionen i es combinen de manera única. No es pot obviar que el comerç és un fet social i que com a tal és fruit de l'intercanvi de tendències i necessitats de les societats d'èpoques diferents.

És important treballar la perspectiva històrica centrant-se en aspectes del comerç que siguin propers i coneguts per l'alumnat. En aquesta primera seqüència es proposen activitats referents a com les botigues i els oficis es relacionen amb els carrers de la ciutat. És important fer entendre a l'alumnat que el comerç és un referent fonamental en la vida social, cultural, històrica i econòmica de Barcelona. Sembla, doncs, una proposta encertada utilitzar la botiga, els oficis i els carrers com a recurs a l'abast de l'alumnat per tal de respondre la pregunta: *Com era el comerç de Barcelona en el passat?*

### Finalitats:

- " Identificar aspectes que possibilitin la identificació de similituds i diferències entre el comerç de Barcelona a l'Edat Mitjana i l'època actual per relacionar l'evolució del paisatge urbà d'ambdues èpoques amb la seva activitat comercial.
- " Prendre consciència dels canvis continus del comerç per aconseguir eines que ajudin a entendre com és el comerç actual.

### Objectius:

- Conèixer les característiques principals del comerç de Barcelona a l'Edat Mitjana.
- Entendre les botigues com a elements que configuren el paisatge urbà.
- Contrastar l'activitat comercial de l'Edat Mitjana amb la de l'època actual.

### Continguts:

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
Cultures al llarg del temps: el comerç a l'Edat Mitjana.	Situació d'esdeveniments concrets en el seu context històric i social.	Valoració dels costums del comerç de Barcelona en temps passats.
L'evolució històrica del comerç a Barcelona.	Recerca d'informació en suports tradicionals (biblioteques, fitxes) i d'altra índole (CD-ROM, Internet, televisió i vídeo).	Actitud crítica respecte de les fonts d'informació històrica sobre el comerç de Barcelona.
Establiments: diversitat i dinamisme.	Lectura i interpretació de documents escrits: llibres, enciclopèdies, etc.	

### Orientacions didàctiques:

A partir del simbolisme i el llenguatge, les cultures passades han anat deixant diversos senyals, i el comerç n'és un. Al llarg del temps les ciutats han anat acumulant i conservant senyals que ajuden a entendre com era el comerç en èpoques passades. Investigar aquests

senyals per comprendre el comerç actual és la idea central de la seqüència que es descriu a continuació.

L'activitat *Quan l'ofici i la botiga anaven de la mà* pretén fer una reflexió sobre la relació entre els diferents oficis, el comerç i la distribució urbanística de la ciutat. Es proposa la revisió atenta d'una part del mapa de la ciutat de Barcelona per tal de trobar carrers amb noms com ara Assaonadors, Sombrerers, Esparteria, Argenteria. Aquests carrers són senyals de la història dels comerciants que fa temps els van habitar. Una idea interessant és proposar a l'alumnat que faci una recerca per trobar altres carrers amb noms d'oficis, i analitzar-los utilitzant la dinàmica de l'activitat.

L'activitat *Un salt en el temps* permet centrar l'atenció en dos aspectes concrets del comerç: la tipologia de les botigues i la seva relació amb la distribució urbanística. Es proposa fer una comparació entre les botigues medievals i les actuals considerant aspectes rellevants com la clientela, la forma de pagament, el tipus d'establiment, l'estètica o els productes. Treballar centrant l'atenció en aquesta comparació permet adquirir informacions que facilitin a l'alumnat una visió global i conjunta del comerç i els estils de vida.

L'activitat *Una ciutat dinàmica* permet que l'alumnat treballi el comerç i la ciutat amb la perspectiva de les experiències dels membres de la seva família. És interessant treballar-ho dins de l'activitat perquè permet relacionar informacions del comerç d'èpoques passades amb el comerç actual. En l'àmbit social i familiar, facilita que l'alumnat sigui conscient que tant el comerç actual com el passat tenen arrels profundament culturals i que, com a tals, han anat construint-se al llarg del temps.

L'activitat *Explicar la història* pretén que l'alumnat sigui capaç de recuperar tota la informació treballada anteriorment utilitzant diversos llenguatges. Treballar la diversitat de llenguatges permet l'expressió dels canvis històrics que s'han produït en el comerç barceloní. Cada grup haurà de triar la informació, un tipus de llenguatge i presentar la seva proposta a la resta de la classe. Amb aquesta finalitat es proposa una dinàmica lúdica (tipus concurs) on els diferents grups aconsegueixen punts en funció de les informacions identificades. Finalment, es planteja fer una exposició de les diferents propostes per tal de fer visible la varietat de llenguatges emprats.



## 2. COM ENS IMAGINEM EL COMERÇ EN EL FUTUR?

El comerç ha anat canviant al llarg del temps. Ha viscut un passat, viu un present i viurà un futur. L'alumnat serà el protagonista i responsable d'aquesta visió futura. Indagar sobre com serà el futur del comerç prenent com a referència els eixos comercials possibilita que l'alumnat entengui el comerç com un reflex del present, i el pugui utilitzar com a trampolí per afavorir visions futures basades en elements presents i coneguts.

Planificar una visió futura del comerç des d'aquesta perspectiva és una bona oportunitat per connectar la realitat escolar amb la comercial. La connexió a l'aula d'ambdues perspectives suposa relacionar les responsabilitats de l'alumnat amb la seva capacitat creativa, que pren

forma en les propostes sobre com serà el comerç del futur. Elaborar noves propostes pot ajudar que l'alumnat tingui una visió més àmplia i completa del comerç. Centrar el treball en l'elaboració d'arguments al voltant de la desaparició, manteniment o evolució d'aspectes del comerç actual o l'aparició de nous elements pot incidir en la formació d'un alumnat cada vegada més compromès i responsable amb la realitat comercial.

Posar l'accent en la planificació d'una possible visió futura del comerç pot ser una eina perquè l'alumnat sàpiga respondre la pregunta: *Com ens imaginem el comerç en el futur?*

### Finalitats:

" Prendre consciència de la diversitat d'establiments que es poden trobar en un eix comercial per conèixer-ne l'oferta de béns i serveis.

- " Conèixer profundament les característiques d'un eix comercial per tal de tenir elements que permetin valorar possibles canvis en el comerç i nous reptes que puguin plantejar-se en un futur.

### Objectius:

- Descriure i analitzar diferents establiments que es poden trobar en un eix comercial.
- Consolidar una visió global sobre el comerç de Barcelona lligada a l'existència dels eixos comercials: botigues i productes.
- Avançar en la construcció d'opinions sobre fenòmens futurs d'una manera reflexiva i documentada.

### Continguts:

Conceptuals	Procedimentals	Actitudinals
Els eixos comercials: característiques generals i particulars.	Identificació de les característiques més importants d'un eix comercial.	Ser conscient que les decisions i participació pròpies són factors importants per dissenyar un diari.
Els eixos comercials: diversitat d'establiments, béns i serveis.	Recerca d'informació a partir de persones, enquestes i entrevistes.	Valoració de les pròpies idees sobre el comerç i els eixos comercials.
Evolució dels eixos comercials a Barcelona.	Intercanvis d'informació entre els diferents alumnes del grup classe. Valoració de la planificació del treball en equip.	Respectar les idees dels companys/es sobre el comerç futur.
	Participació activa en l'elaboració de conclusions.	

### **Orientacions didàctiques:**

El comerç evoluciona dia a dia. Plantejar preguntes com ara: Quins hàbits de consum tindran les persones en el futur? Quins productes es vendran? Com s'adquirirà un producte? Com estaran agrupats els establiments?, pot ajudar a identificar algunes de les característiques que cal tenir en compte en el moment de plantejar una visió futura del comerç. Plantejar aquesta visió de futur partint de la visió actual és l'objectiu central de la seqüència d'activitats que tot seguit es detalla.

L'activitat *Del present al futur* vol establir un punt de partida comú per tal que l'alumnat expressi les seves idees sobre com serà el futur de les botigues dels eixos comercials de Barcelona. En aquesta activitat és important que l'alumnat entengui que el comerç està en transformació contínua. Partint d'establiments actuals l'alumnat haurà d'exposar arguments sobre com canviaran o si desapareixeran, i després proposar quins nous establiments poden aparèixer.

L'activitat *Planificant el futur* pretén utilitzar com a font d'informació les opinions dels botiguers a partir d'una entrevista. La planificació de les preguntes per tal d'obtenir informació precisa comporta fer una revisió del que ja se sap. També requereix una fase de documentació que es faci visible en l'elaboració de preguntes adients, que aportin informació valuosa sobre aspectes com les botigues, productes, associacions, botiguers, serveis, etc. Aquesta activitat és una bona ocasió per treballar continguts actitudinals referents al treball en grup, centrats en el respecte envers les aportacions dels diferents companys/es i la col·laboració entre persones per aconseguir un objectiu comú.

L'activitat *Ordenant la informació* és un salt a la perspectiva global. Es tracta que l'alumnat, a partir de la revisió i anàlisi posterior de la informació obtinguda de l'entrevista, pugui ampliar el coneixement sobre el comerç actual i enriquir la seva visió futura. D'aquesta manera podrà contrastar allò que pensava i sabia amb els nous coneixements aportats per la persona entrevistada. A la segona part de l'activitat l'alumnat s'haurà de dividir en grups per posar en comú les característiques més importants sobre el comerç futur. Aquesta proposta permet la revisió dels punts més importants destacats per l'alumnat.

L'activitat *Dissenyar el futur* proposa fer una revisió dels coneixements treballats i aplicar-los per imaginar com podrien ser les botigues del futur. És fonamental que l'alumnat centri la seva proposta en aspectes concrets que possibilitin reflexionar sobre els possibles canvis en algun dels elements treballats anteriorment. Aquesta activitat afavoreix la relació entre la creativitat de l'alumnat i els coneixements treballats en la seqüència sobre els diferents aspectes del comerç.

## **ACTIVITAT FINAL - Què hi ha darrere el taulell?**

Els diaris de premsa ens permeten estar informats. Diàriament dediquen una secció sencera a informar sobre l'estat actual, previsions futures o esdeveniment passats. L'objectivitat,

el rigor en l'elaboració de la informació i l'ús adequat del llenguatge es configuren com a trets característics de la seva identitat. Elaborar un diari per expressar els continus canvis del comerç és una bona oportunitat perquè l'alumnat revisi i apliqui tots els continguts treballats en les dues seqüències didàctiques anteriors.

### ***Orientacions didàctiques:***

L'activitat final Què hi ha darrere el taulell? vol ajudar l'alumnat a reflexionar i posteriorment aplicar els continguts apresos mitjançant l'elaboració d'un diari de premsa. És una bona ocasió per treballar el dinamisme del comerç juntament amb la creativitat de l'alumnat. L'elaboració d'aquest diari suposa una reelaboració de la informació treballada a les seqüències anteriors i permet que l'alumnat actuï sobre el medi, tot fent-ne difusió. També facilita la reflexió sobre l'ús de la llengua i de diferents llenguatges en l'elaboració de les pàgines amb imatges i textos.

Amb l'activitat final, doncs, es pretén que l'alumnat entengui l'elaboració d'un diari com a recurs per plasmar-hi el dinamisme del comerç: passat, present i futur. Reflexionar al voltant de l'adequació del llenguatge escrit i del visual, durant l'elaboració del diari, pot ser una manera perquè l'alumnat utilitzi la seva creativitat.

---



**Organitza:**

Ajuntament  de Barcelona  
Comerç i Consum  
Institut d'Educació