

CATÁLOGOS DE PRECIOS, CATÁLOGOS DE IDEAS

(Un recurso para estimular la creatividad)

Francisco Martínez Contarini

En septiembre de 1994 regalé a mis alumnos del 1^{er} curso del 2^o ciclo de Primaria unas monedas colombianas para aquellos que fueran coleccionistas. Ello dio lugar a las correspondientes preguntas sobre el valor y equivalencia en pesetas, pero es más: los niños quisieron intercambiar con los de Bogotá y así se hizo. Reunimos 30 unidades de pesetas rubias, 30 de pesetas blancas, 30 de cinco pesetas antiguas, modernas, y así sucesivamente, hasta donde pudimos. Las enviamos, previa conversación telefónica con los profesores, y ello dio lugar a un intercambio escolar con mutuas exposiciones en ambos centros, posterior entrega a cada alumno de una unidad de cada valor, y las innumerables cuestiones matemáticas que de allí se derivaron como consecuencia del valor del cambio, nivel de vida, etc. etc.

También hubo derivaciones hacia aspectos transversales interdisciplinares: Conocimiento del medio y Educación del Consumidor.

A finales de curso, y hablando sobre las vacaciones, los alumnos más interesados en el costo de las cosas en el país colombiano me sugirieron llevara para allá, en mi maleta, un par de carteles publicitarios, de esos que nos invaden en los buzones, pero que son tan bonitos con el producto y su precio. Yo les pedí entonces que me trajeran más, pues pensé en muchos recovecos matemáticos y en innumerables aspectos interdisciplinares, y los muchachos no se hicieron esperar, pues en un par de días ya teníamos más de 10 kilos de afiches o carteles. Tras una nueva llamada a mis colegas del país hermano, ellos asintieron en el intercambio del próximo curso, que es el actual 95-96.

Sólo se presentó una dificultad: que la principal tarea matemática, en el 2^o curso del 2^o ciclo, es la división; y las monedas de ambos países no tienen paridad en el cambio, sino (de momento) una relación de 1:7. Para más claridad: mis alumnos dividirían por 7 los precios colombianos para saber el costo en pesetas,

y los amiguitos de mis alumnos, (que ya, además de monedas, habían intercambiado correspondencia, dibujos, fotos, ...) continuando su promoción a 4° (2° del 2° ciclo, como nosotros) se quedarían multiplicando por 7 los precios españoles. Me acordé entonces de la frase de Manolo Martel cuando éramos estudiantes de Magisterio: “Paco, las dificultades están resueltas en alguna parte, antes de ser planteadas”. Efectivamente, la idea que surgió fue la de intercambiar el producto del coleccionismo de afiches o separatas publicitarias con el primer nivel del 2° ciclo. Extraño a primera vista, pero tenía que ser así: intercambio de 4° con 3°, nuevo telefonazo, y nuevo acuerdo positivo.

Llevé los impresos en mi maleta, y mis colegas me entregaron las separatas publicitarias que reunieron. 2650 m de altitud... Idioma: castellano... Cumbias... Volví.

En líneas muy generales, nuestros objetivos son:

1. Reforzar, mediante un nuevo recurso, el interés por la multiplicación y la división.
2. Reforzar igualmente, las relaciones entre las personas.
3. Conocer la situación de un país.

Los aspectos interdisciplinares los analizaremos después en concordancia con las leyes de la Educación.

También propondremos unas proyecciones, más allá de las paredes escolares.

Pasaré, ahora, a unas sugerencias metodológicas, agradeciendo todo comentario.

Abrir ante los alumnos el paquete de impresos que nos llegará cada mes; y recordándoles las inquietudes preconcebidas el curso pasado, sacar las fichas, entregarlos, abrirlos, comentarlos... A los alumnos les parecen excesivos los precios. Son pesos colombianos. Hay que dividir por siete. Operaciones, correcciones, comentarios interdisciplinares conceptuales, relacionados con el conocimiento del medio, explicando las actividades económicas en Colombia y España. Procesos de comercialización, describiéndolos. El objetivo es, identificar y clasificar las principales actividades económicas del entorno, así como plantearnos problemas de la vida cotidiana, y asumir el conflicto que surge en una comparación de precios, desequilibrados entre un país y otro, siendo respetuosos con otras culturas, economías, etc...

En relación con la educación artística, nuestro objetivo será introducir la situación de comunicación que nos crea un cartel publicitario, apreciando los elementos de interés estético: colores, fotos, etc. Analizaremos los recursos empleados para conseguir el efecto que más se ajusta a la publicidad; pero la publicidad, es un arma de dos filos: da a conocer un producto, pero incita al consumo.

Enseñaremos a los alumnos a redondear cantidades; $1995 \approx 2000$, aunque tengamos menos cifras para practicar operatoria. Les explicaremos las intenciones que hay detrás de todos los 95, y también de los 85 y demás, y les aclararemos que también ese 1995 lo podríamos sustituir por 2045 y con las 50 pesetas restantes (o pesos) no nos da ni para la guagua.



Habrá surgido entonces un tema, o yo diría un momento transversal, para conseguir que el alumno sea consciente, crítico y responsable ante los mensajes de la sociedad de consumo. Y es que, en esto de los afiches publicitarios, puede haber en cada cm^2 algo perjudicial. Otro ejemplo sería la campaña “lleve dos y pague sólo uno”. De lo dicho: idem de idem, para la otra orilla del mar.

No siempre la peseta ha valido 7 pesos. Anteriormente valía 6 pesos. Hacer operaciones con el 6, dándonos cuenta que, al comprar en ese país, nos resultaba más caro...

...Relatar a los alumnos como, antes del 6, valía 5, con las operaciones correspondientes, y así seguir sucesivamente con el 4, el 3, ...

Todos estos cambios proceden del acuerdo mutuo al que hayan llegado ambos países. Al decirles esto, estamos sembrando en los alumnos unos pre-conceptos de macroeconomía. Pero sigamos. ¿Qué sucederá dentro de unos meses o el próximo año? Podremos tener el cambio a 8 pesos. Vuelta con las operaciones correspondientes (división en 4º nivel y multiplicación en el 3º)

Ya surgirá algún listillo que exclame: -“maestro, cuando esté a 9, me gustaría ir a comprar”.

Este es el momento en que podemos comenzar a regar esa simiente de los preconceptos macroeconómicos, para que florezca un poco:

-“Si, niño, cuando yo me vine, estos zapatos me costaron 49000 pesos, es decir, 7000 pesetas, pero si el cambio hubiera estado a 10, yo me hubiera comprado otro par de otro color, pues me hubieran costado a 4900 pesetas. Y eso es lo que quieren los países, vender a los otros todo lo que puedan. Por eso a veces se ponen de acuerdo y, otras veces, hacen lo que pueden...”

Conexiones con Conocimiento del Medio: Calidad de los productos y su relación con el precio, y también tema transversal de Educación Moral, sobre la explotación, la superpoblación ...

En fin: hay mucha amplitud, que debe tener como límite la no ingerencia en asuntos de otro país.

Para alumnos de mucha capacidad, podríamos hacer una adaptación, que consistiera en explicarles que la relación actual de 1:7 procede del precio del dólar en España: 125, y del dólar en Colombia, que es de 875, pues en el comercio internacional se toma el dólar como comparación y filtro, y continuar explicándoles que toda subida o bajada del dólar hace variar la relación de siete por uno con que comenzamos estos cálculos de divisiones.

Obviamente, todo lo que hemos sugerido para las divisiones lo hacemos para el otro país, que será el de las multiplicaciones.

¿Nos damos cuenta de las amplias perspectivas que se nos presentan en intercambios con otros países, escribiéndose nuestros alumnos con los Mac-Donell de los Estados Unidos, los Papadopoulos de Grecia o los Federicos de Suecia o Noruega...?

Se me ha dicho que para hacer el intercambio serían necesarios tantos afiches o separatas como alumnos de la clase, a modo de libro. Alguien me dio el

“consejo” de que, como sobresalían en los buzones, me llevara todos los del edificio; y otros, de que solicitara 20 ó 30 de los grandes centros comerciales. Nada ha sido necesario. Pienso que a las grandes superficies no les interesa vender en el extranjero. Por otra parte, entre los alumnos de una clase y, sin esperar muchos días, se reúnen muchos anuncios repetidos, y esperando un poco más, los piden a otros chicos. En todo caso, de faltar, pueden ver una separata entre dos o tres (más no) y sacar sus conclusiones, para aportar soluciones en una puesta en común.

También, que es costoso: Envíese como Impreso Cultural, pues creo que en la CCEE hay un convenio de precios.

Voy a analizar a continuación los aspectos interdisciplinarios en concordancia con la L.O.G.S.E. El intercambio utiliza los fenómenos culturales, como los carteles publicitarios, identificando, planteando y resolviendo problemas relacionados con el entorno, con una propaganda elemental y clara, con la cual, si hay pluralidad de pareceres y opiniones, nos es muy positivo, reconociendo espacio y tiempo en que están enmarcados. Todo ello, es puro Conocimiento del Medio, con los conceptos de reconocer, clasificar y explicar las actividades económicas de Colombia y España; partiendo de sectores de actividad, y de procesos de extracción, transformación y comercialización (EJ.: El café), y habría que describir dichos procesos.

Los procedimientos serían, hacer los seguimientos de alguno de estos procesos, mediante video-cassettes, diapositivas, etc., planificándolo y analizando, debatiendo y extrayendo conclusiones sobre la problemática económica de ese país.

La actitud, sería una postura crítica ante el consumismo, y más -no me canso de repetirlo - tratándose de carteles o afiches de pura propaganda insistente que - repito otra vez - puede ser arma de dos filos.

El criterio de evaluación sería el identificar las principales actividades económicas de Colombia, sus sectores de producción y características del medio natural, así como plantearse problemas de su vida cotidiana, con la información recibida, obteniendo conclusiones y formulando respetuosas alternativas de solución.

En su relación con la lengua Castellana, serían objetivos, la recepción de mensajes (no verbales en este caso) y el conocer la diversidad lingüística entre

España y Colombia, valorándola positivamente.

Se adquirirían conceptos de comunicación no verbal, concretamente el recurso expresivo de los gráficos, en este caso, carteles con fotos y algún mensaje, sin formar oraciones.

Los procedimientos, serían, el estudio de las posibilidades que ofrecen estos recursos.

Las actitudes, serían, la valoración de dichos recursos y la sensibilidad estética ante los mismos.

Evaluaríamos produciendo carteles similares, pero sencillos, para expresar intenciones concretas de una supuesta publicidad. Rozamos en otros momentos con la Educación Artística y pasamos a ella.

Nuestro objetivo ha sido introducir la imagen publicitaria en situaciones de comunicación y de juego, explorando sus dimensiones y colores, y apreciando los elementos de carácter estético y expresivo.

En el Cartel, sacaremos la idea de que la imagen es elemento de decoración y similitud con el producto.

El procedimiento, sería el análisis del cartel, y la actitud, la valoración de sus imágenes de modo crítico, comparándolas, por ejemplo, con las de un cuento, las del programa de fiestas del Carmen del Puerto de la Cruz, o las de un cartel de Carnavales de Las Palmas o de Santa Cruz de Tenerife, y, sacando conclusiones.

Surge la elaboración de composiciones plásticas e imágenes, describiendo el entorno mediante la elaboración de imágenes, con coordinación y precisión, utilizando las técnicas básicas para este tipo de composiciones, con el esfuerzo para ensayar nuevas posibilidades de carteles.

Los elementos formales serían: líneas, planos, color, textura y formas, con el procedimiento de variación de los elementos para conseguir el efecto publicitario deseado, y la realización de composiciones para adquirir la actitud de valorar los diversos efectos conseguidos.

El Cartel puede considerarse en la escuela, como una obra artística en el campo socio-cultural, que se ha de analizar como un tipo de mensaje.

Procede informarnos sobre diversas manifestaciones artísticas, y elaborar

datos para mayor disfrute de ellas. También el utilizar los medios técnicos adecuados y la posterior realización de exposiciones, para valorar nuestro esfuerzo, y el de otras manifestaciones parecidas.

En general, valoraremos todo medio de comunicación actuando coherentemente, con nuestro papel de actores o espectadores del intercambio, y evaluaremos nuestro trabajo identificando algunas características plásticas y visuales, observables, del material recibido del extranjero, comparando semejanzas y diferencias con el que nosotros vamos a enviarles, o con el que hemos producido; comentándolo todo de forma razonada.

Le relacionaría también con la Educación Física en sus nociones asociadas a relaciones espaciales y temporales: sentido, dirección, orientación, simetría, dimensiones en el plano y volúmenes y nociones topológicas básicas; ritmo, duración secuencia, velocidad, etc.

Consideremos además, a efectos interdisciplinares, la conexión con temas transversales como Educación Moral - repito una vez más - la actitud crítica ante el consumismo; la educación para la paz, que nos llevaría a no plantear conflictos armados; la coeducación, que nos llevaría al uso de útiles no tan exclusivos de un sexo solamente; la educación para la salud, destacando los hábitos de alimentación, higiene...

Al final, subrayemos y repitamos la más grande interrelación: Educación para el consumidor: Que interprete y lea los mensajes que la sociedad de consumo nos lanza, siendo consciente, crítico y responsable ante los mismos.

Hemos tocado ligeramente, hace poco, la realización de exposiciones para valorar nuestro esfuerzo y, al principio del artículo, prometimos la proposición de unas proyecciones más allá de las paredes escolares.

Paso a describir y relatar las averiguaciones realizadas en la ciudad colombiana de Cali durante este verano, y las ideas de un comerciante amigo mío: David Flores, el cual me dijo que estos carteles podían servir en un 2º escalón o fase, para ser expuestos al gran público en uno u otro país, con el fin de mutuo conocimiento de sus respectivos productos, y saciar las curiosidad de muchos. En su carro (que es como se llama al coche en Colombia) recorrimos la gran ciudad, visitando los grandes centros comerciales, y nos enteramos de que ellos hacen propaganda, no de buzón en buzón, sino en separatas dentro de los periódicos. Visitamos el colegio "Hispano americano", el mejor de Cali,

fundado en 1956 por un grupo de españoles, a cuyo director, Angel Mozo, ya conocía, y con el cual he quedado en realizar intercambios varios; del mismo modo que en mi centro, el colegio de La Vera del Puerto de la Cruz, los vengo haciendo con el colegio "Reyes Católicos" de Bogotá.

¿Proyecciones fuera del aula? ¿Interesaría a los Consulados o Embajadas?... Mi amigo David me comunica telefónicamente, como que sigue trabajando en el tema, que se ha puesto en contacto con el Ayuntamiento de Cali y no se cuantas empresas..., que va a enviar algo.....

A continuación muestro unas reproducciones

COLOMBIA

Salario mínimo: 135000 \$



BATIDORA 5 VELOCIDADES
Modelo 232 B
HAMILTON BEACH
\$ 16.300

TALADRO PERCUTOR
REVERSIBLE
Modelo TS - 320
BLACK & DECKER



\$ 69.900

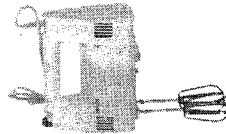
DESTORNILLADOR
INALAMBRICO
Reversible
SKIL

\$ 25.000



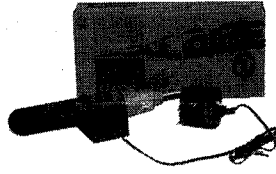
ESPAÑA

Salario mínimo: 70000 pts.



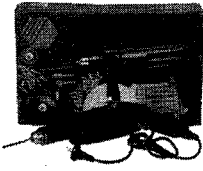
BATIDORA AMASADORA PHILIPS
HR-1500, 3 velocidades, soporte pared,
accesorios amasadora

3.995



ATORNILLADOR SIN CABLE 2'4 V.,
tiempo de carga 12 horas, por máximo 2'3,
velocidad en vacío 130

4.395



KIT MAGNUM TALADRO,
compuesto por Talador 500 W,
2 velocidades

7.995

Como ustedes observarán, hay tema para rato, pero yo lo doy ya por finalizado a la espera de que otros, que dispongan de más tiempo y medios, me den la grata noticia de confirmarlo y superarlo.