

MATEMÁTICAS Y PUBLICIDAD ¿SE PUEDE AHORRAR COMPRANDO?

Rita Jiménez Igea
rjimeneztrabajo@gmail.com
IES de Alcalá de Henares. España

Núcleo temático: **Recursos para la enseñanza y aprendizaje de las Matemáticas**

Modalidad: **Comunicación breve CB**

Nivel educativo: **Secundaria**

Palabras clave: **Publicidad, descuentos, recargos, letra pequeña.**

Resumen

Es habitual que, en el aula, los alumnos pregunten para qué sirve lo que se hace en clase de Matemáticas porque perciben los contenidos como algo abstracto, alejado de la vida real y sin ninguna relación con ella. Es importante tratar de vincular ambos mundos. Por otra parte, es importante establecer la diferencia entre los problemas de los libros y los problemas reales en los que se debe, en muchas ocasiones, manejar la letra pequeña.

Se presenta una experiencia que se lleva a cabo con alumnos de 2º y 3º ESO cuyo objetivo último es fomentar el espíritu crítico del alumnado frente a las confusiones que provocan la letra pequeña y el lenguaje engañoso de las campañas publicitarias. Se trabaja con folletos publicitarios reales y con fotografías de ofertas de los supermercados o centros comerciales de su entorno más próximo.

La experiencia se realiza como un proyecto del tema Proporcionalidad que se imparte en 2º y 3º ESO. Se explican y/o repasan en clase los conceptos de porcentajes, descuentos, recargos, porcentajes encadenados etc y casi paralelamente se realiza la actividad.



En primer lugar se muestra a los alumnos una colección de fotos de tiendas, supermercados y folletos publicitarios de comercios de su entorno en los que se presentan todo tipo de ofertas, chollos etc. En todos ellos hay una trampa, un engaño que descubrimos y comentamos. Esta sesión suele impactar y “abren los ojos” ante la letra pequeña y los trucos publicitarios. Se muestran sorprendidos y también indignados.

Se les organiza por equipos de entre 4 y 6 personas dependiendo del nº de alumnos y de sus características.

En la segunda fase deben ser ellos los que descubran engaños y los comenten. Deben presentar un trabajo de equipo en Word o PowerPoint. Ese trabajo es corregido y comentado en rojo por la profesora.



En la tercera fase la profesora entrega a cada equipo dos anuncios de publicidad que ocupan



toda una página o casi toda la página de un periódico nacional (uno es común para todos y el segundo es diferente para cada equipo) Estos anuncios vienen acompañados de unas preguntas. Se busca que descubran que los precios que se ven a primera vista no son los precios reales. Se obliga al alumno a leer todo el anuncio, incluida la letra pequeña, hacer

bien las cuentas y observan las diferencias entre los problemas del libro y los de la vida real. En la 4º fase deben buscar un anuncio con trampa y redactar preguntas con el mismo fin que en la fase anterior.

Finalmente se hace una puesta en común, se muestra al resto de la clase lo que han descubierto los compañeros y se elabora una lista de tretas publicitarias (tipo de lenguaje, tamaño de letras y números,.esconder datos importantes etc...) Hay que indicar que sorprenden porque no se limitan a buscar engaños que ya han aparecido, encuentran engaños diferentes, otras ven trampas

donde no las hay y, en ocasiones, ven sólo una parte de la trampa.

En cualquier caso, siempre se plantean y llegan a la conclusión de que estas actuaciones deberían estar prohibidas y penalizadas. El hecho de que se trate de supermercados, de centros comerciales conocidos les



impacta todavía más, no es algo que suceda lejos y que no les afecte, ellos mismos son víctimas de esas trampas y se sienten traicionados.

Para finalizar les indicamos que debemos leer la letra pequeña porque, en caso contrario, podemos encontrarnos con el siguiente problema:

Noticias

Por Javier Pérez, colaborador de MSN, Actualizado: 26/07/2010

Venden su alma por no leer la letra pequeña

Quién iba a decirles a 7.500 personas que utilizaron la web de GameStation para comprar un videojuego que estaban cediendo, en broma, su alma a la compañía.



¿Cuántas veces hemos metido la pata por no leer la letra pequeña? En unas ocasiones hemos tenido que pagar de más, en otras no hemos podido devolver el producto o nos han dado un vale de compra en vez del dinero en efectivo. Otros, unas 7.500 personas, se han quedado sin algo más valioso: su **alma**.

Es lo que les ha pasado a todos los usuarios de la tienda de videojuegos **GameStation**. El pasado mes de abril, la compañía británica informó de que poseía el alma de 7.500 personas gracias a la inclusión de una cláusula por el que se reservaba el derecho a exigir "el alma inmortal" de todos sus clientes en el momento en el que la empresa quisiera.

Concretamente la letra decía que todo aquel que enviara una "orden de compra por la web el primer día del cuarto mes del año 2010, **Anno Domini**, estás de acuerdo en concedernos la opción no transferible de reclamar tu alma inmortal". La única manera de evitar esa "cesión" era pinchar un enlace que aparecía a continuación y que muy pocos activaron.

La acción de GameStation no fue más que una **broma**, pero dejó patente que muy pocos se leen la letra pequeña o las condiciones de compra.

Me gusta A 6 personas les gusta esto.



te recomienda navegar seguro con



¡Descárgatelo gratis!

Unirse a la discusión

Añadir un comentario

Ordenar por: Los recientes primero 1-3 de 3

Gerardo López Mc Mahon

lunes, 21 de junio de 2010 4:34:49

BUENA IDEA.

VOY A HACERME DE VARIAS ALMAS ASÍ PARA TENER CON QUE NEGOCIAR CUANDO ESTÉ EN EL INFIERNO.

Responder Denunciar contenido inapropiado

<http://noticias.es.msn.com/blog/insolito/noticia.aspx?cp-documentid=153470458>

Información extraída de una página web

<http://noticias.es.msn.com/blog/insolito/noticia.aspx?cp-documentid-153470458>

/consultado 22/09/2010