



MATEMÁTICA Y PUBLICIDAD: PRODUCCIONES ESCOLARES

Danilo Díaz Levicoy

Colegio Proyección Siglo XXI – Chile

danilo.diaz@etu.univ-tlse2.fr, dddiaz01@hotmail.com

Nivel: Medio básico (13-15 años); Categoría: Matemática aplicada en otras áreas

RESUMEN

Esta ponencia muestra las producciones de alumnos del Colegio Proyección Siglo XXI de Osorno – Chile, relativas a la creación de publicidad con diferentes propósitos y utilizando contenidos matemático de su elección. Estas actividades han sido plantadas a los estudiantes con el propósito de que sean capaces de visualizar la aplicación de la matemática en diferentes contextos. Como resultado de la experiencia, se ha logrado que los alumnos que tienen desarrolladas otras habilidades, las apliquen y se destacan entre sus pares.

TRABAJO

Introducción

En muchas oportunidades, nuestros estudiantes de diferentes niveles, preguntas ¿para qué nos enseñan esto?, ¿para qué sirve?, ¿dónde lo aplicamos? Frente a esta realidad, ha surgido la idea-propuesta de unir, mediante creaciones estudiantiles, la matemática y la publicidad, con el fin de buscar una aplicación concreta de los diferentes contenidos de la matemática en secundaria y el desarrollo de habilidades no matemáticas en los estudiantes del Colegio proyección Siglo XXI de la comuna de Osorno, Región de Los Lagos, Chile. Son estas creaciones, que se presentan a continuación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta experiencia de aula, ha nacido de una preocupación por las dificultades en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la matemática, que señala Díaz (2009): (1) Rechazo a la asignatura de matemática y negativa a su estudio; (2) Bajos resultados en evaluaciones; (3) Dependencia de la “formula”; (4) Falta de una base matemática sólida y (5) Ausencia de contextos, diferentes del matemático, para abordar los contenidos de secundaria nacional.



XXVI REUNIÃO LATINOAMERICANA DE MATEMÁTICA EDUCATIVA

Como resultado de las consideraciones anteriores, se plantea la idea de solicitar a los estudiantes de secundaria del Colegio Proyección Siglo XXI de Osorno – Chile la creación de un afiche publicitario con el lema “Chile ayuda a Chile”, tras el trágico terremoto y tsunami que afectó a un número importante de compatriotas, y con el lema “Chile, un solo corazón” de la Teletón 2010, una de las instancias más importantes que nos une como país.

La realización de esta experiencia, se puede indicar que es de vital importancia, debido a que contribuye significativamente al desarrollo de otras habilidades –no matemáticas– en los estudiantes y ver una aplicación.

REFERENCIA TEÓRICA: MATEMÁTICA Y PUBLICIDAD

La publicidad en diferentes ocasiones hace alusión a la matemática, ya sea, para reforzar la idea de precisión, aunque muchas veces se hacen de forma absurda y errónea, salvo excepciones, (Muñoz, 2005; Díaz, 2009; Díaz, 2010; Díaz, 2011), por lo que se hace difícil utilizarla como material didáctica, a no ser que se use para mostrar los errores que se cometen. Un ejemplo claro de estos errores, es una publicidad del día 21 de diciembre del 2008 en el diario de circulación Las Ultimas Noticias, donde se promociona un plan telefónico y asocia la oferta a una potencia, a multiplicar tres veces el número, y no a triplicar una cifra, que es a lo que realmente corresponde (Díaz, 2009, 2010, 2011)

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA REALIZADA

La experiencia de aula, se desarrollo en el Colegio Proyección Siglo XXI de la comuna de Osorno, provincia de Osorno, en la décima región de Los Lagos, Chile. Este es un colegio particular subvencionado de modalidad Científico-Humanista y tiene una matrícula actual de 244 estudiantes distribuidos en los niveles de pre-básica, básica (primaria) y media (secundaria). El grupo de alumnos que formaron parte de esta experiencia estuvo constituida por 34 personas, entre alumnas y alumnos del primer (20 alumnos) y segundo (14 alumnos) año medio, con una edad promedio de 15 años.

El desarrollo de esta experiencia se dividió en dos etapas, la primera, con alumnos de segundo año de secundaria nacional, donde debieron crear un afiche publicitario con el lema “Chile ayuda a Chile”, con el propósito de colaborar con las familias chilenas afectas con el terremoto y posterior tsunami que afecto a varias localidades del centro-sur de Chile en febrero de 2010, y con un contenido matemático de su elección. La segunda, también se basa en la utilización de un contenido matemático de su elección visto durante el año académico 2010 y con el slogan “Chile, un solo corazón” de la Teletón, la más grande fiesta solidaria de nuestro país, y que ayuda a los niños y jóvenes discapacitados.

Junto con la entrega de la publicidad, los alumnos deben presentarla ante el grupo-curso y el profesor su creación, para la justificación la presencia del contenido matemático, el por qué de su elección y la forma en que lo realizó.



CONCLUSIONES

Con el desarrollo de esta experiencia se ha logrado que los estudiantes comprendan el potencial y aplicabilidad de la matemática en diferentes contextos. Que vean la matemática como una disciplina cercana y con diferentes aplicaciones. Que los alumnos hagan uso concreto de un contenido matemático en un contexto específico y con un objetivo claro. Por otro lado, da lugar a recordar y reforzar algunos temas del currículo de secundaria en educación matemática y potencia el desarrollo de la creatividad y otras habilidades extra-matemáticas.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- Buendía, Gabriela (2009) Construcción Social del Conocimiento Matemático: Generando Epistemología de Prácticas. *Acta VI Congreso Iberoamericano de Educación Matemática*. 721–726
- Díaz, Danilo (2009). La Matemática en los Medios de Comunicación. *Acta LXXIX Encuentro Anual de la Sociedad de Matemática de Chile*, pp 89
- Díaz, Danilo (2010). Matemática, ¿Dónde estás? *Acta Resúmenes III Congreso Nacional de Estudiantes de Pedagogía en Matemática*, pp 14
- Díaz, D. (2011). Experiencia de aula: creando Publicidad usando matemática. *Acta XXIV Jornada de Matemática de la Zona Sur*, pp 205.
- Guimarães, Henrique (2009) O novo programa de Matemática para o Ensino Básico de Portugal-propostas e perspectivas. *Acta VI Congreso Iberoamericano de Educación Matemática*. 106–111
- Méndiz, Alonso (2007) Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda: una aproximación etimológica. *Questiones Publicitarias*, VOL. I, 12, 43-61.
- Sin Autor. (2008, 21 de diciembre). *Diario Las Últimas Noticias*. Página 17. Recuperado de <http://www.lun.com/default.aspx?dt=2008-12-21>