Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Viernes 02 de Septiembre de 2011 15:00

Desde que se diera a conocer internacionalmente el verano de 2005, el sudoku se ha convertido en todo un fenómeno de masas. Tenemos sudokus en los periódicos, revistas de sudokus, libros de sudokus, sudokus en todos los dispositivos electrónicos existentes (móviles, ebooks, ordenadores, etc), juegos de sudokus en las tiendas de juguetes, programas de ordenador para crear sudokus, colecciones por entregas relacionadas con el sudoku en los estancos, sudokus para niños, y una enorme cantidad de variantes del original (kakuro, sudoku killer, jigsaw, gatai, sudoku cube y un largo etcétera). Y como la publicidad se hace eco de todo lo que ocurre en la sociedad, el sudoku ha acabado apareciendo en muchos anuncios publicitarios a lo largo de todo el mundo. En esta entrega de la sección “las matemáticas en la publicidad” de divulgamat, vamos a poder disfrutar de algunos ejemplos.

5	3			7				
6			1	9	5			
	9	8					6	
8				6				3
4			8		3			1
7				2				6
	6					2	8	
			4	1	9			5
				8			7	9

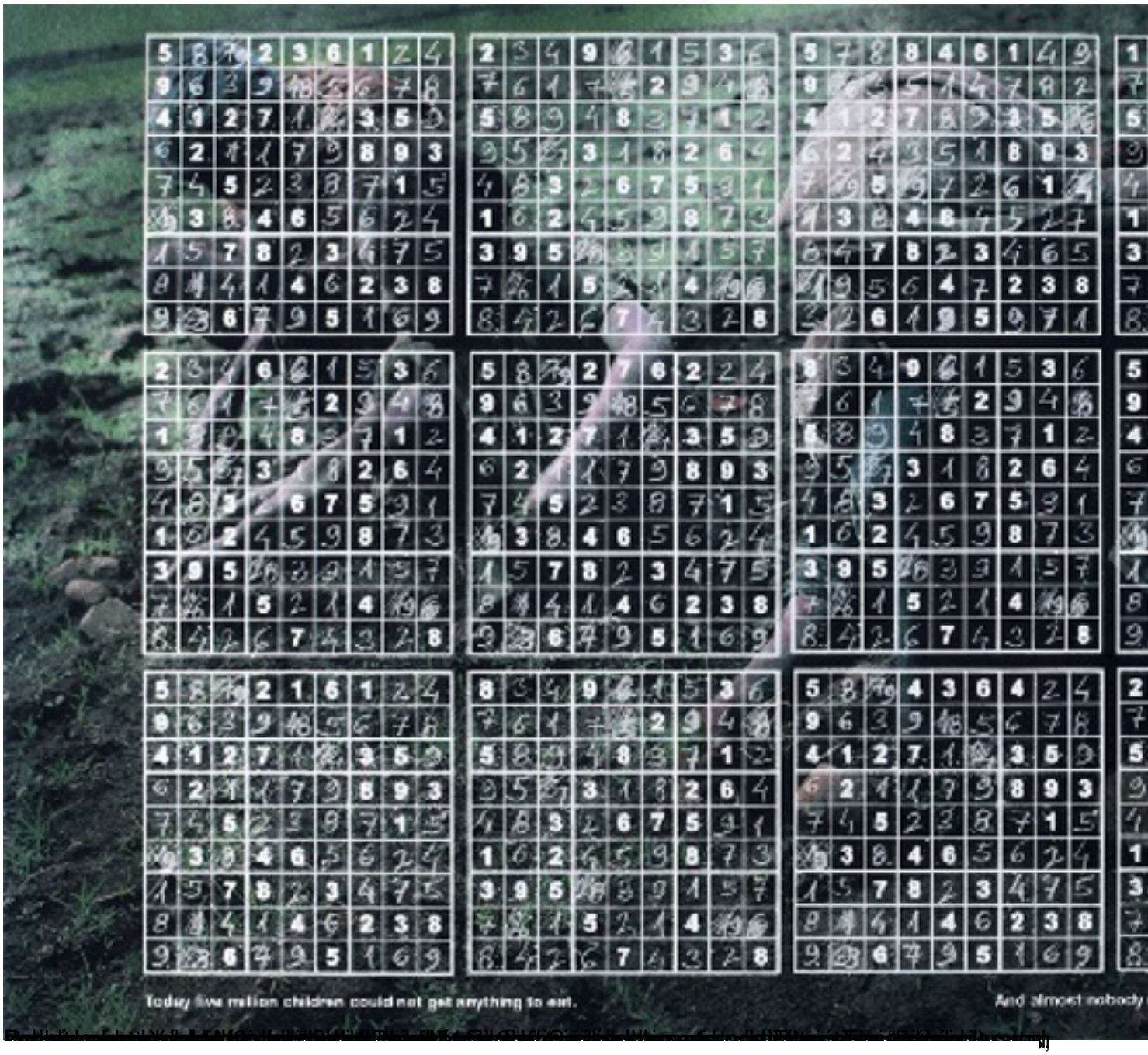
Aunque seguramente los lectores y lectoras de esta entrega conocerán perfectamente qué es un Sudoku, empezaremos recordando sus reglas de juego. El sudoku normal consiste en una tabla de 9 x 9 celdas, dividida en 9 regiones de 3 x 3 celdas, y hay que rellenar las 81 celdas con las cifras del 1 al 9 (partiendo de una situación inicial en la que algunos números ya están colocados en algunas de las celdas), de manera que no se puede repetir ninguna cifra en una misma fila, columna o región. El sudoku está relacionado con los cuadrados latinos y grecolatinos estudiados por el matemático Leonard Euler (1707-1783), aunque el pasatiempo moderno fue creado en la década de 1970 por el arquitecto jubilado y diseñador de pasatiempos Howard Garns (1905-1989) y publicado bajo en nombre “number place” en la revista “Dell Pencil Puzzles & Word Games”. Maki Kaji, presidente de la empresa Nikoli dedicada a la construcción de puzles, lo exportó a Japón y empezó a publicarlo en 1984 en su

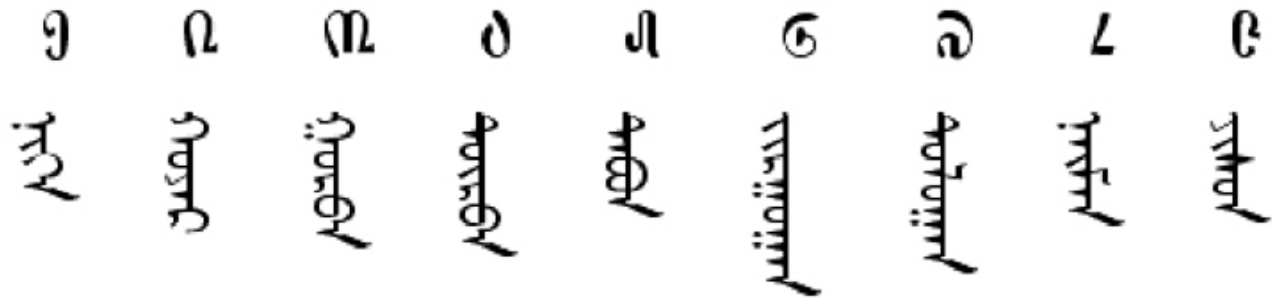
revista “Monthly Nikolist” bajo el nombre “Suji wa dokushin ni kagiru” (los números deben estar solos, solteros), que se abrevió a Su Doku. Su fama por todo el planeta llegó en 2005 cuando muchos periódicos empezaron a publicarlo entre sus otros pasatiempos.

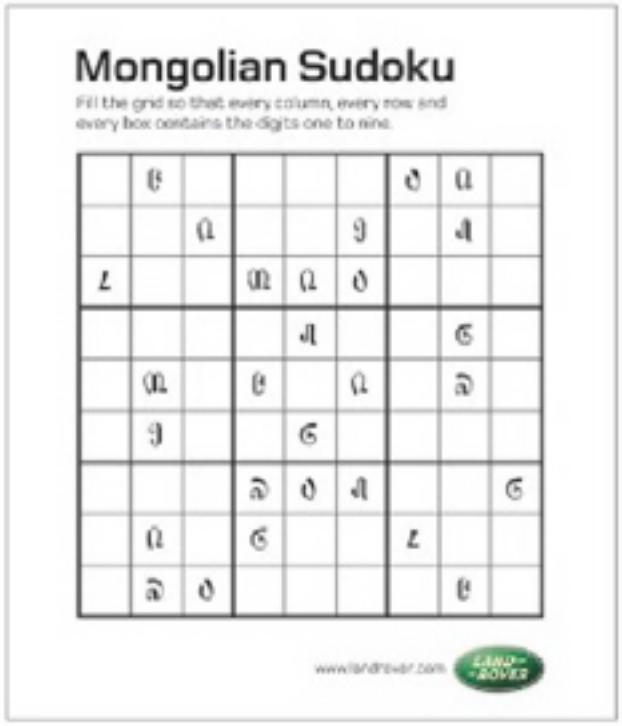
El hecho de que este popular pasatiempo utilizase números llevó a que todo el mundo lo relacionara con las matemáticas y así el sudoku se convirtió en un embajador de esta ciencia en el mundo. El sudoku sí está relacionado con las matemáticas, no tanto por la utilización de los números, ya que podrían haberse utilizado otros símbolos distintos (el uso de los números se debe más a la necesidad de sencillez del juego), como por las relaciones que se establecen entre los diferentes símbolos mediante las reglas del juego. Para quienes estén interesados en las matemáticas del sudoku pueden leer el artículo “Sudokus y modelización” de María Merino (UPV-EHU), que encontrarán en divulgamat, en la sección de textos-on-line, en “Un paseo por la geometría”.

Pero volvamos al tema central de esta entrega, la presencia del sudoku en la publicidad. El primer ejemplo que vamos a mostrar es una campaña publicitaria para potenciar el uso de los trenes que conectan las ciudades con los aeropuertos (esta campaña tuvo lugar en Australia y Nueva Zelanda), “Airtrain”. El anuncio es una valla publicitaria en la carretera (véase el anuncio adjunto), en el que se puede ver bien grande un sudoku (también hay versiones con otros pasatiempos) y al lado la pregunta “¿Es el tráfico lo suficientemente lento para que tengas tiempo de resolver esto?”. Es decir, el mensaje que se está enviando a quien ve el anuncio (que en ese momento viaja en coche al aeropuerto) es que utilizando el tren para ir al aeropuerto evitas los atascos y no pierdes tu vuelo (como así se indica después en el anuncio en letra más pequeña). Y se utiliza el pasatiempo para reforzar la idea de que el coche puede ser muy lento, dependiendo del tráfico, y convertirse en una “pérdida de tiempo”, e incluso puedes perder tu avión. Sin embargo, si fueses en el tren no ocurriría esto y podrías emplear, si te apetece, el tiempo de viaje en el tren en hacer el Sudoku.

Traffic slow enough to solve this?
Airtrain
Catch the train. Make the plane. airtrain.com.au
929 GMR


Today five million children could not get anything to eat.
And almost nobody




Mongolian Sudoku
Fill the grid so that every column, every row and every box contains the digits one to nine.
www.landrover.com
LAND ROVER

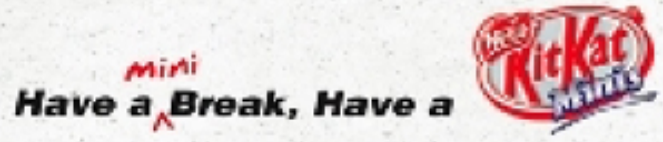
24
7DAYS
su do ku
TODAY'S PUZZLE
CROSSWORD
Mongolian Sudoku

8. (Septiembre de 2011) Sudoku

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Viernes 02 de Septiembre de 2011 15:00

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Viernes 02 de Septiembre de 2011 15:00

5	6	4	3	1	7	8	2	9
8	9	7	6	4	2	5	3	1
3	1	2	8	9	5	4	7	6
6	4	5	9	7	3	1	8	2
2	8	1	5	6	4	7	9	3
7	3	9	1	2	8	6	4	5
4	5	6	2	8	9		1	
9	7	3	4	5	1	2		8
1	2	8	7	3	6	9	5	4



EXPO ZARAGOZA 2008

SUDOKU

1	
2	

_reivindica lo **simple**

Reivindica Respuesta Empresarios: un solo proveedor que se encargue de todos tus **Ordenadores, Telecomunicaciones y Mantenimiento** por una cuota al mes. Así de fácil y sencillo.

respuestaempresarios.com

respuestaempresarios.com

Telefónica

INFÓRMATE EN EL **900 10 10 10** O EN TU DISTRIBUIDOR MÁS CERCANO.