

CONCURSO DE IDEAS PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LA DISCIPLINA GEOGRÁFICA

El pasado 28 de mayo se celebró en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla la Sesión de Creatividad Publicitaria Aplicada “De la clase a la cuenta” correspondiente al año 2009, en la que los estudiantes de último curso de la carrera presentaron sus campañas para la difusión en la sociedad de la Geografía como disciplina científica y universitaria. Se trata de una actividad que se realiza cada año en esta Facultad. En ella los estudiantes de último curso de carrera, dirigidos por la profesora Ana M^a Cortijo, del Departamento de Comunicación, se organizan en supuestas “Agencias de Publicidad y Comunicación” y compiten por un premio a la mejor campaña de comunicación realizada para una determinada institución, que se convierte así en “cliente” de las agencias.

En el año 2009 el “cliente” ha sido la Asociación de Geógrafos Españoles, y su encargo ha consistido en el diseño de campañas de comunicación destinadas a un público esencialmente juvenil, para transmitirles la nueva realidad de la disciplina geográfica e incrementar consecuentemente el número de matriculaciones en las carreras de Geografía. La financiación de la actividad corrió a cargo del Instituto de Cartografía de Andalucía y la publicación de los resultados (en proceso) a LA Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla y a los departamentos de Geografía Física y AGR y Geografía Humana de esa misma Facultad. A todos ellos les damos las gracias por la colaboración.

Se presentaron un total de 24 campañas, con logotipos de gran calidad y lemas tan sugerentes como: “Interactúa con el mundo. Estudia Geografía”, “La fuerza de la Geografía”, “La Geografía no es Historia; la Geografía es futuro”, “Saber de aventuras”, “Geografía es lo que quiero”, “Matricúlate en la Geodimensión” y tantos otros. En cada una de ellas se presentaron productos de comunicación en diferentes formatos, tales como carteles, productos de merchandising, camisetas, cuñas radiofónicas y, sobre todo, videos y otros productos destinados a ser difundidos en las redes sociales de Internet (Twenty, Face Book, You Tube...), las cuales tienen un coste de difusión muy bajo y son el modo más eficaz de acceso a los jóvenes (Algunos de los videos ya circulan por You Tube y se han colgado en la página web de la Asociación)

El jurado estuvo compuesto por especialistas en Comunicación de reconocido prestigio, además de por Rafael Mata Olmo, presidente de la Asociación de Geógrafos Españoles, M^a Fernanda Pita López, responsable de difusión de esta misma organización, Antonio Prieto, presidente del Colegio de Geógrafos de España, Arturo Fernández Palacios, subdirector del Instituto de Cartografía de Andalucía y Antonio Fajardo y Agustín Villar, responsables de difusión de este organismo. Se otorgaron premios a la creatividad, a la estrategia, a las acciones en Internet, a la dirección de arte/gráfica, a la producción, a la presentación y al mejor lema. Además se otorgó un premio especial del jurado a la agencia *Wenegemenepreder*, que presentó una campaña variada en sus productos y de muy buena factura con el lema de “Hay carreras para presumir y carreras para trabajar. Estudia Geografía”.

Merece destacarse la gran profesionalidad de los estudiantes, la calidad de las campañas presentadas y, sobre todo, su frescura y modernidad, como corresponde a la juventud de

sus autores. Este hecho es precisamente el que permite augurar una buena incidencia sobre los potenciales estudiantes de Geografía, también jóvenes, que son los principales destinatarios de las campañas.

En la actualidad, desde el Departamento de Comunicación de la Universidad de Sevilla y desde la AGE, se trabaja en la publicación de los resultados de la Sesión, la cual se enviará a todos los departamentos de Geografía una vez terminada. Además, se prepara la estrategia de explotación de los productos de la campaña ganadora.

Esperamos que de todo ello se derive un aumento en la matriculación de los estudiantes de Geografía en los próximos años y, sobre todo, esperamos que esta iniciativa y otras que le sucederán conduzcan a un mejor conocimiento por parte de la sociedad de la nueva realidad de la disciplina geográfica como disciplina relevante, actual y socialmente útil.