

Historia de un proyecto fallido. I Evento Cultural de la UMA, los Medios de Comunicación y la ciudad de Málaga.

Deborah González Jurado y Pepe Zapata (2002).

Publicado en febrero de 2024.

El esquema de proyecto que se presenta a continuación data del año 2002. La idea original fue de Deborah González Jurado y el artista escultor Pepe Zapata. En aquel momento era una idea totalmente novedosa, y no existía esta modalidad de eventos en combinación con diferentes actores sociales.

En aquel momento yo estaba trabajando para CMSur, la sección comercial de Diario Sur de Málaga, donde comencé mi actividad para La Crónica Universitaria de Diario Sur, consiguiendo publicidad para mantener los costes de la publicación. El enfoque del proyecto era, pues, realizar un evento rentable para el medio a corto, medio y largo plazo.

Lo entregamos a uno de los jefes de CMSur, Íñigo Gómez Damborenea, pero el proyecto fue rechazado tajantemente. Además, yo me presenté a la cita con los jefes acompañada de Pepe Zapata sin avisar, lo cual no les sentó muy bien. Me dijeron que no les gustaban las sorpresas. Pepe y yo salimos decepcionados y cabizbajos, porque creíamos que la idea era buenísima.

Unos días antes de la entrega del proyecto a CMSur, tuvimos la precaución de presentarlo en un Registro de la propiedad intelectual el 15 de enero de 2002, pero no conservo ningún documento justificativo, solo mi anotación al pie de la primera página.

Al cabo de varias decepciones profesionales más en aquella empresa, comencé a buscar trabajo en otros lares. En una de las entrevistas que realicé con motivo de dicha búsqueda, pasé por una empresa de publicidad, de la que no recuerdo el nombre, pero sé que trabajaba eventualmente para diversos medios de comunicación locales, y que se hallaba sita en algún punto la zona del Hospital Noble de Málaga.

En el marco de la conversación que mantuve con el entrevistador, aquél se relajó y me mostró un proyecto muy similar, aunque ya mejorado. En cuanto reconocí el proyecto, intuyendo que había sido filtrado de alguna forma, me ofrecí a trabajar en aquella empresa de publicidad y llevar a cabo el trabajo, pero el entrevistador cortó

la conversación, guardó los papeles en el armario de donde lo había sacado y me despidió. La entrevista había parecido positiva hasta aquel instante, pero nunca volví a ser contactada.

No sé si se llevó a cabo mi proyecto parcial o totalmente en alguna ocasión, o si sirvió de inspiración para algún tipo de evento. Al cabo de veintidós años, lo desempolvo y hago público.

I Evento Cultural de la UMA , los Medios de Comunicación y la ciudad de Málaga.

OBJETIVOS CULTURALES

Promoción de la experimentación creativa, científica e intelectual y su relación con los medios de comunicación.

Asesoramiento sobre la aplicación de la creatividad en el mundo laboral y situación actual de la gestión cultural y científica.

Difusión las obras más destacadas para promoción de los potenciales creadores artísticos y experimentadores científicos concentrados por la UMA.

OBJETIVOS COMERCIALES

Poner en práctica nuevas tendencias de marketing relacional y de investigación, buscando respaldo en la Facultad de Económicas de la UMA.

Buscamos la forma de publicidad más eficaz en cuanto a penetración y permanencia entre el público joven, estudiantil y universitario, haciendo así de esta forma de publicidad un experimento atractivo para las empresas interesadas en el público objetivo al que vamos dirigidos.

Además, la imagen de las marcas publicitadas, se asociará a la institución de la Universidad.

PÚBLICO OBJETIVO

Abierto. Insistir en el carácter abierto de la Universidad, que avala, también a los jóvenes autodidactas. Universitarios o no, autodidactas o no.

Participantes con opción a ser premiados en el intervalo de edades comprendidas entre los 15 y los 30 años.

MARKETING DE CAUSA

Un % (pendiente de estipular) de los beneficios del evento se donará a 1 ONG o asociación con sede en la provincia de Málaga. Sorteo ante notario el día de la fiesta.

Deborah González y Pepe Zapata .
Presentado en registro el 15 de enero de 2002

Contenidos del evento

**Publicación y promoción previa de las bases,
modalidades y los premios a concurso**

Jornadas de talleres

Jornadas de conferencias

Gran Fiesta de entrega de premios

Becas y viajes

AGLUTINANTE

Universidad de Málaga

DIFUSIÓN

(Medios)

Prensa
Tele
Radio
Internet

INFRAESTRUCTURAS

Por concretar en espera de análisis de necesidades.
Se jugará al máximo con el aprovechamiento de todos los recursos
de la UMA.

Modalidades y bases

Bases del concurso, tamaño y formatos por determinar.

Tema

Sería conveniente proponer 1 tema en las bases, ya que el tema libre puede ser excesivamente amplio.

Ejs.:

.El futuro

.Evolución del ser humano y sus sociedades en el s. XXI

.La Globalización y su repercusión espiritual en el ser humano, etc.

CINE Y TV

Cortometraje

Cine

Publicitario

Sketch humorístico

Documental

ARTES PLÁSTICAS

Grafiti o mural pictórico

Escultura

Ilustración

Fotografía

Cómic

Diseño gráfico

Creación multimedia

LITERATURA

Dramaturgia

Poesía

Relato

Ensayo político o filosófico

MÚSICA

Presentación de maquetas

Estilo libre

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Formato libre

Tema libre

Maquetas

Prototipos e inventos, artículos escritos.

PRENSA

Entrevista, reportaje o artículo de investigación social.

FINANCIACIÓN

Pública y privada.

Pública

Universidad, Diputación, Ayuntamiento, Instituto Cervantes, etc.

Ej: pago de conferenciantes + tasa de gastos y paquete publicitario.
Pago de becas y premios.
Aportación de infraestructuras.

Privada

Marcas, clubes deportivos, grandes empresas comerciales,
logísticas, etc.

Exclusivas publicitarias

Difusión en directo y venta de publicidad en paquete, tanto en La Crónica, como en TV y radio, etc. para patrocinar la publicación de las bases y promocionar la asistencia y participación en el evento del público general y la creación de expectativa general a nivel nacional.

Venta de espacios dentro del recinto universitario (nos queda concretar los lugares y un acuerdo con la UMA para que no haya pago de arancel por utilización del espacio o que este sea mínimo).

Papel de los Medios de comunicación, mass media e internet

Difusión

Prensa

La Crónica Universitaria: publicación de las bases del concurso
Vehículo de difusión del evento

Se incluirán x anuncios en la publicación dentro del paquete
general de publicidad del evento.

Sería interesante valorar si se puede ampliar su tirada y difusión a
nivel de universidades nacionales.

Cobertura total de los talleres, conferencias
y eventos.

Publicación de las obras finalistas y premiadas, entrevistas a las
personalidades y a los concursantes.

TV

TV 2

Dependiendo de los acuerdos a los que lleguemos con UMA y
medios, una de las bazas fundamentales del proyecto es la
retransmisión o cobertura de las conferencias en los programas de
televisión de los conferenciantes o la realización de los mismos en
el espacio de la UMA u otros espacios de la ciudad de Málaga.

TV local Málaga Costa del Sol

Retransmisión en directo de las conferencias y total cobertura de
los talleres y actividades, retransmisión en directo de la fiesta y
entrega de premios y retransmisión de las obras finalistas y
divulgación de los ganadores, con entrevista, etc.

Radio

(Ídem) Retransmisión, divulgación finalistas y premiados,
cobertura, retransmisión y organización de los conciertos de
música de los finalistas y ganadores.

Internet

Confección de un portal de internet con todo: bases, filmaciones,
etc.

Jornadas de Talleres

Público Objetivo

Jóvenes comprendidos entre 15 y 30 años

Opcionales

Podrán entrar a concurso para optar a las becas, obras que no hayan sido ejecutadas en los talleres. Es importante insistir en el carácter abierto del evento y de la Universidad.

Precios

Observando que la gratuidad de los talleres no ha de hacerlos más interesantes al público, opinamos que deberán tener un precio mínimo para los estudiantes (ej: 10.000 ptas.) y otro precio, mínimo también, pero asequible, para los asistentes no universitarios (ej: 15.000 ptas.)

Objetivo

Ejecución de una obra de cualquiera de las modalidades ofertadas, para su presentación a concurso.

Enfoque

Asesoramiento sobre la aplicación de la creatividad en el mundo laboral y situación actual de la gestión cultural.

Tiempo

12 días
3 días por semana
Total de 1 mes

Espacio

Los talleres de ejecución se celebrarán en las instalaciones de la UMA.

Material y equipos

Por concretar en espera de análisis de necesidades Pero por propia idiosincrasia del interés investigador de los talleres, se usarán al máximo los recursos con los que cuenta la UMA en las diferentes actividades de las jornadas.

Posibles suministradores de equipos

- UMA
- Instituciones públicas
- Sponsors privados
- Medios de Comunicación

Gestión de formación

La gestión de la formación y los equipos se subcontratará con l empresa de formación (LIBER), con funciones coordinadoras.

Impartición

Los talleres de ejecución se llevarán a cabo por empresas profesionales ubicadas en la ciudad de Málaga. Pago de gastos. Formación gratis. Contrapartida en espacio publicitario.

CINE Y TV
Canal Costa del Sol (Santiago)

ARTES PLÁSTICAS
Taller Gravura (Paco Aguilar)

LITERARIO
Generación del 27
Humus Project

MÚSICA
Cambayá Records
Valcanadá
Museo de la Música

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
Parque Tecnológico

PRENSA
Diario Sur
Megamultimedia

Titulación y convalidaciones

Las titulaciones estarán acreditadas y avaladas por la Universidad de Málaga y las empresas que impartan los talleres.

Las titulaciones por los talleres serán abiertas, sin exigencia de titulación académica previa.

La realización de los talleres tendrá convalidación en créditos oficiales para los alumnos de la UMA (aseguramos así la asistencia de los universitarios).

La participación quedará igualmente abierta, sin distinción de nacionalidad, etc.

Jornadas de conferencias

Tiempo

Inmediatamente concluidos los talleres de ejecución y justo antes de la entrega de premios, que podrá llevarse a cabo por parte de los conferenciantes y la Universidad de Málaga.

Características de los conferenciantes

Los conferenciantes se ceñirán a los objetivos generales de asesoramiento y aplicación de la creatividad y situación actual de la gestión cultural y científica.

Los conferenciantes serán personalidades de atractivo mediático general consagrado, profesionales veteranos en la difusión de sus respectivos géneros, que se aplican también en su difusión y comercialización.

Propuesta de conferenciantes

CINE Y TV

Garci

Director de cine

Actualmente director del programa "Qué grande es el cine" (TV 2, lunes noche)

ARTES PLÁSTICAS

"Metrópolis" (TV 2, jueves noche)

"La Mandrágora" (TV 2, mx noche)

LITERATURA

Sánchez Dragó (escritor-editor)

Actualmente dirigiendo el programa "Negro sobre blanco" (TV 2, domingo noche)

MÚSICA

"Los conciertos de Radio 3" (RNE 3 y TV2)

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Pujet

Actualmente dirigiendo el programa "Redes" (TV 2, domingo noche)

PRENSA

José Rivas (periodista y editor)
Director de la revista Ajoblanco.

Programación de las conferencias

Confirmación del conferenciante

Fechas: finales de Abril, principios de Mayo (no hacer coincidir con calendario de exámenes)

Pago precio conferencia

Gastos

Transporte: avión, taxis, etc. (ver convenios de la UMA, Instituciones públicas y medios)
Alojamiento: hotel, comidas, dietas, etc. (ver convenios)

Aportación de conferenciantes

Temática y documentación por adelantado para incluirlas en los objetivos de los talleres.

Jornadas de fiesta y entrega de premios

1 día completo o varios días (por concretar)
Lo ideal serían 2 jornadas, comenzando a medio día y finalizando entrada la noche.
Es necesario concretar una fecha que no coincida con otros eventos importantes.
Evitar también el calendario de exámenes.

La fiesta-concurso se celebrará en el campus universitario de Teatinos por razones de accesibilidad y disponibilidad de espacio.

ESPACIOS REQUERIDOS

ESPACIO CUBIERTO
Con cobertura televisiva, radiofónica y prensa

1 SALA DE PROYECCIONES
Con cobertura televisiva, radiofónica y prensa

1 SALA DE EXPOSICIONES
Ídem en cobertura

1 ESPACIO AL AIRE LIBRE
1 carpa para conciertos, performances, etc.

1 espacio para stands ONG's
Barras de consumición

Los actos tendrán lugar desde el medio día hasta bien entrada la noche, ofreciendo así al mismo tiempo, una actividad alternativa a la movida nocturna para los jóvenes.

JURADO

Estará compuesto por varios profesores titulares de la Universidad de Málaga para cada modalidad y otras personalidades culturales y científicas invitadas.

PREMIOS

Los ganadores y finalistas tendrán:
Entrevistas en prensa, radio y TV.
Divulgación de su obra

Los ganadores tendrán:
Premio en forma de beca de estudios (a ser posible en el extranjero), dentro del género en el que haya participado su obra.

Se pueden investigar varias modalidades de premio para cada modalidad, así el número de premiados aumenta.

Por ejemplo: Las empresas que patrocinan los talleres pueden entregar un premio de beca para alguno de sus cursos habituales.