

ESPAÑA

Educafestival, el poder educativo de la publicidad

CONTRIBUCIÓN A UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA, IGUALITARIA Y RESPONSABLE



Ilda Peralta Ferreyra

Presidenta de la Asociación Cultural Almutasim y profesora de adultos
ildaperalta@ono.com



En la sección **Plataformas**, en ocasiones, **Aularia** publica artículos no originales. Intenta poner a sus lectores en la pista de actividades interesantes ya publicadas generalmente en la RED. por organizaciones con años de experiencia. Aularia busca aquellas que pueden ser interesantes, al mismo tiempo que ofrece a los verdaderos autores o promotores la posibilidad de publicar en **Aularia**.

Para comunicarse con la organización:

educafestival.com
info@educafestival.com
+34 912171069
Educafestival
<http://www.educafestival.com/>

Dentro del mundo de la publicidad, hemos encontrado una interesante iniciativa que busca fomentar el uso del marketing dentro de la educación. Estamos hablando de **Educafestival**, un festival que se celebra en España y que pretende premiar a las estrategias de comunicación que llegan por parte del sector educativo.

Lo que Educafestival pretende, es convertirse en un punto de encuentro entre anunciantes, agencias e Instituciones Educativas. El objetivo de todo esto es promover nuevas ideas para hacer que este sector sea mejor.

Educafestival o «el Festival de los Búhos», como

ha comenzado a llamarse, con decenas de candidaturas, también en Latinoamérica y Europa, se asienta como el referente internacional en publicidad educativa. Una cita obligada para valorar las acciones de comunicación realizadas por los anunciantes y su contribución a la sociedad a través del poder educativo de la publicidad.

Educafestival es el mayor evento internacional en publicidad educativa en el que se reúnen los anunciantes y agencias más importantes en el panorama internacional. En el Festival se premian cinco categorías: Centros Educativos, Universidad y Postgrado, Campañas Sociales, Productos o Temáticas Educativas.

En Educafestival se apuesta por el poder educativo de la publicidad y su contribución a una sociedad más justa, igualitaria y responsable.

Educafestival comienza su tercera edición con una gran novedad en el palmarés: la concesión del Gran Búho a la campaña con mayor valoración entre los ganadores. Ello además de sus 60 premios repartidos en sus 5 categorías y de los 4 premios especiales, entre los que se encuentra el premio joven talento impulsado por el observatorio de educación de la Fundación Botín. En su segunda edición, con 103 candidaturas inscritas, las agencias triunfadoras fueron Wink TTD, OMD Spain o Contrapunto BBDO.

La organización espera superar el número de candidaturas de la edición anterior, ya que «cada vez el sector está más sensibilizado sobre ese poder educativo que tiene la publicidad y nuestra responsabilidad de cara a la sociedad», afirma Carlos Luna, su director, quien añade que «Muy poco puede cambiar muchos el concepto de este año con el que sugieren una nueva definición de la publicidad invitando a darle ese pequeño toque educativo a las comunicaciones que hagan no sólo crecer los clientes sino también las audiencias.

Educafestival es una iniciativa de **Educreamos**, entidad sin ánimo de lucro, organizada por *.be a dreamer* e impulsada por *Caixaforum* y la *Fundación Botín* en su premio joven talento, que busca premiar las mejores prácticas de comunicación educativa. Se intenta, según los organizadores, sensibilizar sobre la responsabilidad de cada uno de los anunciantes como agentes influyentes en la sociedad y en la capacidad de su comunicación para educar y así cambiar hábitos y actitudes en su audiencia.

Educafestival busca profesionalizar y estimular el sector de la comunicación y el marketing educativo para lograr una evolución hacia una disciplina más creativa, responsable y eficiente.

Además, en un entorno cada vez más complejo y difícil de atraer al público, **Educafestival** quiere pre-



Premio Especial Joven Talento

Este reconocimiento surge con el objetivo de fomentar y alentar a estudiantes y jóvenes creativos del sector menores de 28 años que a través de sus ideas e innovación presenten las mejores campañas publicitarias en base al reto que Educafestival junto con la Fundación Botín han planteado para todos ellos.

El Premio Especial Joven Talento consiste en la resolución del Reto: «Recreos Felices», desarrollado desde el Observatorio de Educación de la Fundación Botín, y cuyo principal objetivo es premiar la mejor campaña de sensibilización en la comunidad docente que ayude a tener más presente la realidad de la integración de los alumnos en los patios de los Centros Educativos.

El tema elegido quiere hacer referencia a la importancia de contribuir a una mayor integración de los niños y niñas en edad escolar y la relevancia de que éstos se sientan incluidos y disfruten en los espacios de recreo.

A este Premio se pueden presentar los jóvenes participantes de manera individual o grupal y de entre todas las propuestas recibidas, un jurado selecciona las campañas que a su entender, mejor cumplan los objetivos definidos en el *briefing* y que serán distinguidos con dicho re-





conocimiento.

Una oportunidad para todos aquellos que comienzan su carrera y un gran escaparate internacional en el que proyectar su capacidad y creatividad, en el que además podrán conocer las campañas de las agencias y creativos más punteros en publicidad educativa.

Concienciar a los padres, a los profesionales de la educación y a los centros de las consecuencias del acoso escolar es el objetivo de ‘Recreos felices’, una campaña de comunicación que ha sido galardonada en la primera edición de EducaFestival, el Festival de la Publicidad Educativa. El proyecto, presentado por Martín Besné Eserverri, estudiante de la Universidad Pública de Navarra (UPNA), ha recibido el Premio Joven Talento Individual.

La campaña se apoya “en uno de los grupos más relevantes dentro del panorama educativo, ya que representan el futuro de la educación: los estudiantes de Magisterio de últimos cursos o recién graduados. El primer paso consiste en prepararles en cuestiones relativas al acoso escolar, para después ir a centros educativos de España para formar a los equipos docentes. En estos centros, se celebrarían jornadas, de tres días de duración, con distintas actividades para niños y profesores.

miar todas aquellas estrategias de comunicación que de forma creativa lo lograron eficientemente junto a las mejores prácticas del sector.

Uno de los temas a los que más se recurre cuando se habla de educación y publicidad es la responsabilidad de esta última. Según Juanjo Casañas, Director Creativo Ejecutivo de AFTERSHARE.TV, «como publicistas, lo mejor que podemos hacer es contribuir a que la sociedad sea un poco mejor». Nunca una frase tan corta había sonado tan potente, ¿no creéis? En su caso, además, teniendo en cuenta la campaña con la que estarán participando en el festival de los búhos, tienen un plus de responsabilidad, ya que se están dirigiendo a los adolescentes. En este sentido, Juanjo considera que «lo más complicado es evitar sonar paternalista, ya que nosotros no somos quién para andar dando consejos. Cuando estás haciendo un juicio de valor es complicado eso de meter a todo el mundo en el mismo saco. Hemos querido llegar a todo el mundo sin enjuiciar y sin dictar órdenes.»

El Festival Internacional de Publicidad Educativa ha abierto su edición de 2019 con grandes novedades.

Después del gran éxito de su segunda edición en el que Wink TTD, OMD Spain, o Contrapunto BBDO fueron algunos de sus grandes triunfadores y en la que se presentaron 103 candidaturas, la organización espera superar el número de candidaturas, y es que «cada vez el sector está más sensibilizado sobre ese poder educativo que tiene la publicidad y nuestra responsabilidad de cara a la sociedad» afirma Carlos Luna, su director.

«Muy poco puede cambiar mucho es el concepto de este año con el que sugieren una nueva definición de la publicidad invitándonos a darle ese pequeño toque educativo a nuestras comunicaciones que hagan no sólo crecer a nuestros clientes sino también a nuestras audiencias.»

Además de sus 60 premios repartidos en sus 5 categorías y de los 4 premios especiales, entre los que se encuentra el premio joven talento impulsado por



el observatorio de educación de la Fundación Botín, el jurado entrega el premio Gran Búho a la campaña con mayor valoración entre los ganadores.

Categorías



Centro Educativo

Podrán presentarse campañas de centros educativos, escuelas de educación infantil, educación primaria, E.S.O, bachillerato, formación profesional, educación especial y centros de formación no reglada de ámbito nacional e internacional que impartan formación presencial o a distancia.



Universidad y Postgrado

Podrán presentarse campañas de ámbito nacional o internacional realizadas por universidades, escuelas de postgrado o empresas de formación in company que impartan formación a distancia o presencial.



Campañas Sociales

Podrán presentarse campañas con temática social realizadas por marcas, ONGs, fundaciones y entidades sin ánimo de lucro de ámbito nacional e internacional. Se valorará la dimensión educativa y sensibilizadora de la misma.



Productos o Temáticas Educativas

Podrán presentarse campañas de ámbito nacional o internacional realizadas por marcas de productos educativos o que no siendo educativos el contenido

de su campaña sea de temática educativa.



Otras Educación

Podrán presentarse cualquier acción de comunicación no incluida en las categorías anteriores.

Además se otorgarán 4 reconocimientos especiales:

Premio Especial Eficacia Publicitaria: reconocimiento a los resultados obtenidos por la eficacia con la que se hayan utilizado los recursos y medios publicitarios en el desarrollo de la campaña

Premio Especial a la innovación: reconocimiento a la mejor campaña en innovación en creatividad y estrategia

Premio a la Mejor Estrategia de Marketing Relacional

Premio Especial Joven Talento: reconocimiento a las acciones creadas por estudiantes o profesionales del sector, menores de 28 años

Para ello, Educafestival contará con un jurado de excepción formado por expertos en marketing y publicidad quienes se encargarán de la valoración y elección de las piezas ganadoras.

