

La ley del panel en la Universidad
- Diario Información - 11/02/2017

La ley del panel en la Universidad

- ▶ Anuncios con diseños llamativos compiten por captar la atención de los estudiantes en los tablones informativos de las facultades
- ▶ Cursos de idiomas, fiestas, anuncios de viajes y oferta de pisos en alquiler son objeto de interés de los universitarios

ANTONIO TERUEL

■ Las herramientas digitales han transformado por completo las formas de comunicarse entre los jóvenes y de transmitir mensajes a este segmento de población, pero hay un elemento «analógico» que se mantiene sin perder vigencia alguna: los tablones de anuncios abiertos al público en general. En el campus de la Universidad de Alicante (UA), estos espacios siguen siendo un importante canal de información para los estudiantes, por lo que quienes los aprovechan para ofertar algún servicio o acontecimiento ponen el máximo empeño en captar su atención. Los paneles son el escenario de una auténtica batalla en la que el diseño más llamativo o quien ocupa mayor espacio es, con frecuencia, quien consigue lograr más clientela.

Los asuntos más demandados entre los estudiantes no parece que hayan variado mucho con el paso del tiempo. Academias para la preparación de asignaturas, cursos de idiomas, anuncios de fiestas, ofertas de viajes y disponibilidad de pisos o habitaciones en alquiler son los tipos de anuncios que más se suelen ver en estos tablones. Tipografías de gran tamaño, colores chillones y alguna palabra de reclamo son los principales elementos con los que se juegan, tal y como se ha venido haciendo tradicionalmente. Y, por lo que comentan los estudiantes, este viejo sistema no pierde vigencia.

Irene Vázquez, Andrea Molina y Mercedes Zamora, tres alumnas de Enfermería, coinciden en señalar que «lo que más llama tu atención son los colores y las letras». Para ellas, los cursos de idio-



Tres chicas observan los anuncios de un tablón ubicado junto a una de las cafeterías de la Universidad de Alicante. PILAR CORTÉS

Los estudiantes destacan la vigencia de esta forma tradicional de comunicarse pero critican el modo de publicitar algunos eventos

mas y las fiestas están entre las principales demandas, confirmando que en la vida universitaria hay tiempo para todo. Las tres coinciden en destacar la utilidad de estos soportes: «Te dan información que puedes encontrar también en redes sociales, pero de una forma física», que pueden incluso llevarse consigo. Mercedes, no obstante, destaca un aspecto que, en su opinión, sí es más criticable: «Es importante darse cuenta de que algunos carteles de

fiestas tienen imágenes sexistas», donde la mujer aparece como reclamo para acudir al evento.

El aprendizaje o mejora de lenguas extranjeras es también uno de los principales aspectos de interés para Juan Jesús Soler, estudiante de Ingeniería Robótica. «A simple vista no suelo fijarme en los tablones, pero sí lo hago cuando busco información sobre algún curso en concreto», explica, al tiempo que destaca cómo los organizadores de fiestas tratan de

captar la atención de los jóvenes: «Esos carteles suelen tener un diseño más creativo», afirma.

Por su parte, Cristian López, estudiante de Sociología, alude también a la utilidad para enterarse de la oferta de cursos de idiomas. Eso sí, le llama la atención «cómo copan todos el espacio», y cómo «no cambian las fotos de los carteles de las fiestas», que pueden verse, entre otros sitios, en los paneles que hay junto a las paradas de los autobuses.