

La Universidad de Vigo capta alumnos para el 2004 con un juego en Internet

Uvicus'04 (www.uvigo.es) es un adverggame (juego de publicidad, advertising+games) de la vida universitaria de Vigo. A lo largo de seis fases, durante dos meses, los jóvenes que se registren en el juego deberán superar misterios y juegos de acción con el Campus de Vigo como telón de fondo. De esta manera, dicha Universidad se acerca a sus alumnos potenciales con el lenguaje de los jóvenes en el momento de decisión de carrera.

Pasaron los tiempos en que las facultades tenían notas de corte altísimas y muchos se quedaban fuera y debían irse a otra ciudad. Si quieren alumnos, las universidades deberán ganárselos. La Universidad de Vigo se convierte en pionera al acercarse a los jóvenes con un juego en Internet, justo antes de matricularse.

Xtragames, agencia especialista en *advergaming* (publicidad con juegos), en colaboración con la Escuela Superior de Ingeniería Informática (ESSEI) de la Universidad de Vigo, ha desarrollado para La Universidad de Vigo esta acción para captar alumnos preuniversitarios para el curso 2004-05.

Uvicus'04 es un juego en Internet con una duración de seis semanas, de Mayo a Julio. Seis fases ambientadas en los Campus de Vigo, Ourense y Pontevedra donde se recrearán las situaciones a las que se enfrentan los alumnos de cualquier carrera: matriculación, elección de asignaturas, prácticas, tutorías, cafetería, exámenes y tunos.

El jugador deberá interactuar con los fondos y los personajes para resolver juegos de acción y descubrir personajes misteriosos, todos ellos, insignes gallegos, mientras van conociendo las instalaciones, carreras y servicios de la Universidad de Vigo.

Además, la Universidad pone a disposición las aulas de PC's con Internet de su Campus para todos aquellos que no tengan conexión en casa. El juego se podrá jugar en castellano y gallego.

El diseño, crucial para comunicar con los jóvenes

Especialmente pensado para los futuros alumnos de primer año, el juego consigue desmitificar los aspectos que inquietan a un joven recién salido de Selectividad, a la par que va mostrando las instalaciones, actividades y procesos de la Universidad de Vigo.

Por el camino, el jugador se cruzará con un bedel, la secretaria, el profesor, el camarero de la cafetería o el repetidor. Todos ellos se encargarán de guiar al jugador a través del juego y darle pistas con un lenguaje fresco y moderno.

Uvicus ha tenido un desarrollo de mes y medio y cuenta con pruebas, enigmas y *minijuegos* a superar en un guion lleno de humor para llegar al público joven. Se ha cuidado mucho el diseño de los personajes y de los fondos, basados en el Campus, para responder a los arquetipos universitarios y los gustos del público joven, con una mezcla *cartoon* y de viñeta clásica.

Se trata de llevar la marca de la Universidad a este público, pero sin ahuyentarlo con formas muy académicas o tomarlo por un niño. En ocasiones deberá huir de los tonos y en otras, mantener un correcto equilibrio entre prácticas y cafetería.

Campaña de medios

Uvicus'04 ha sido publicitado por *e-mail* desde primeros de mayo a las personas registradas de la Universidad de Vigo. El *mix* de medios incluye presentación en radio y prensa gallega; prensa universitaria y especializada en el sector del marketing y la publicidad; stands en jornadas de puertas abiertas en

los campus de la Universidad de Vigo; marketing directo con folletos y cartelaría a Institutos, *cibercafés* gallegos, centros de Juventud y de Formación Profesional; camisetas con el logo del juego.

Se puede acceder al registro en el juego en la web de la Universidad de Vigo www.uvigo.es.

Por supuesto puede jugar quien quiera, pero sólo pueden optar a premios los estudiantes de bachillerato y FP.

Para completar Uvicus'04, se deberá jugar desde el principio, teniendo cada fase un plazo limitado para ser superada.

Fechas clave

CALENDARIO DE LAS FASES

0. **Preinscripción.** Del 10 al 24 de Mayo (en ésta no se juega)

1. **Matricúlate si puedes.** Del 24 al 7 de Junio*

2. **En busca del aula perdida.** Del 7 al 14 de Junio

3. **Las prácticas me pueden.** Del 14 al 28 de Junio**

4. **Por fin fiesta.** Del 28 de Junio al 5 de Julio

5. **¡Exámenes!** Del 5 al 12 de Julio

6. **¿Y mi título?** Del 12 al 19 de Julio

* La fase de inicio durará dos semanas.

** Esta fase durará dos semanas para que los que tengan la Selectividad no se agobien demasiado.

Todas las fases comenzarán y terminarán los lunes a las 12.00 del mediodía.

Las clasificaciones se publicarán al día siguiente de que cada fase haya terminado. Los ganadores finales y el resumen del juego se harán públicos a partir del 19 de Julio.

Sobre Xtragames

Xtragames.com es la primera agencia española de marketing y publicidad especialista en *advergaming*, una nueva tendencia en publicidad que consiste en lanzar mensajes publicitarios y promocionales a través de juegos, en Internet o en cualquier otro soporte.

Xtragames trabaja como proveedora de las principales agencias de publicidad como apoyo a campañas de comunicación o contenido adicional en medios de comunicación, *sites* corporativos, revistas y portales.

Contacto de información

Emilio Pila 91 102 0506 | emiliopila@xtragames.com

www.xtragames.com