



**Universidad de Valladolid**



**CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN.

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.

CURSO 2018/2019

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**X Edición del Festival Publicatessen: “Diez años enamorados de la publicidad”**

**Organización y gestión del Departamento de Gala**

**Autoras: María Moreno Topete**

**Sara Prendes Valdés**

**Tutora: Marian Núñez Cansado**

Segovia, junio 2019

## Índice

1. Resumen .....	4
2. Objetivos.....	5
2.1. Generales .....	5
2.2. Del Departamento de Gala .....	6
3. Descripción del Departamento .....	7
3.1. Equipo.....	7
3.2. Metodología de trabajo .....	8
3.3. Relación con otros Departamentos .....	9
3.3.1. Junta Directiva .....	9
3.3.2. Dpto. de Arte y Diseño .....	9
3.3.3. Dpto. de Patrocinio .....	10
3.3.4. Dpto. de Jornadas .....	10
3.3.5. Dpto. de Tardecitas y Noches.....	11
3.3.6. Dpto. de Protocolo .....	11
3.3.7. Dpto. de Comunicación .....	11
3.3.8. Dpto. de RSC .....	12
4. Puesta en marcha .....	12
4.1. Reuniones y propuestas descartadas.....	12
4.2. Calendario.....	13

4.3.	Casting y elección final .....	17
4.4.	Categorías .....	20
4.4.1.	Básicas .....	20
4.4.2.	Nuevas categorías .....	22
4.5.	Entregas de piezas .....	22
4.6.	Venta de entradas.....	25
5.	Gala.....	26
6.	Cóctel.....	27
7.	Presupuesto y gasto final .....	27
8.	Resultados.....	30
9.	Contratiempos, controversias y resolución.....	31
10.	Conclusiones.....	33
11.	Propuestas de mejora .....	34
	Referencias .....	37
	Anexos .....	39

## **1. Resumen**

El presente trabajo consiste en una memoria de la organización del Festival Publicatessen en su X Edición “Diez años enamorados de la Publicidad”, concretamente del Departamento de Gala.

Se trata de un festival publicitario original de la Universidad de Valladolid en su Campus María Zambrano de Segovia, realizado en mayor parte por alumnos y dirigido a los alumnos. La organización está formada por estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de cuarto curso (sumándose este año la primera promoción del Programa de Estudios Conjunto de Publicidad y Relaciones Públicas con Turismo), que se dividen en los distintos departamentos que colaboran entre sí para dar lugar al evento.

El X Festival Publicatessen tuvo lugar la semana del 12 al 15 de marzo de 2018, terminando la noche del jueves con la Gala, bajo la temática anteriormente mencionada “Diez años enamorados de la Publicidad” (anexo I).

El evento comenzó siendo “La Noche de la Publicidad” y ha ido evolucionando con los años hasta convertirse en lo que es hoy: cuatro días enteramente dedicados a conferencias, talleres y todo tipo de actividades relacionadas con la publicidad. A lo largo de su historia, cada Edición se ha basado en una temática concreta, como “Innovate Yourself”, “Adver Trends” o “Digitivity”; pero la X ha querido abarcar un espectro mayor, de tal forma que los alumnos pudieran disponer por primera vez de una oferta interdisciplinar. Uno de los principales objetivos de esta Edición fue animar a participar a todos los estudiantes desde su primer curso, cuando aún sus conocimientos en publicidad son más generales y quizá por ese motivo su asistencia fuera menor en años anteriores. Además, para la X se incluyeron nuevas categorías, entre las que destacamos “Interuniversidad”, que consiguió incluso participación extranjera y supuso una gran sorpresa en la Gala.

“Diez años enamorados de la Publicidad” se desarrolló entonces como conmemorativo de los festivales pasados, pero sobre todo como punto de inflexión de cara al futuro de Publicatessen, que busca posicionarse como referente universitario nacional. No solamente recordar el espíritu Publicatessen que nos ha acompañado desde hace diez años sino alimentarlo; aprovechando el aniversario de festival para

marcar un antes y un después en su historia y que las promociones venideras lo impulsen y aborden con aún más ganas.

## **2. Objetivos**

### 2.1. Generales

Para los alumnos que conforman la organización, el festival facilita una primera toma de contacto real con el mundo laboral y los eventos. Además, les supone una muy buena oportunidad para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de sus cuatro años de carrera. Demostrando de forma ciertamente tangible que han adquirido las competencias suficientes relativas a su Título como para sacar adelante un evento de la magnitud de Publicatessen.

A su vez, los participantes se enfrentan a la publicidad desde una perspectiva profesional, al tener que crear piezas más técnicas ateniéndose a requisitos marcados y teniendo en cuenta asuntos ya legales como el copyright; además de las compensaciones tanto económicas como académicas que consiguen los ganadores de cada categoría.

Desde la creación del Espacio Europeo de Estudios Superiores (EEES), se han querido unificar los criterios educativos a nivel universitario, estableciendo como uno de sus objetivos fundamentales la formación de los alumnos en un marco práctico que facilite su accesibilidad al mercado laboral. Exigiendo a los estudiantes una mayor implicación, pensamiento crítico y trabajos conjuntos, el nuevo modelo busca dejar atrás los exámenes como único método de calificación. Este proceso de transformación del alumno de agente pasivo a activo pasa por ir actualizando la educación a las necesidades sociales actuales, aportando conocimientos correspondientes a un nivel de cualificación apropiado a la situación laboral europea.

Teniendo en cuenta que en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid las prácticas no son obligatorias, Publicatessen supone para nosotros la mejor oportunidad de incluir el mundo profesional en el académico y establecer contacto real con profesionales del sector. Nos orientan acerca de las oportunidades laborales de forma realista, junto con una visión más práctica del mundo publicitario, permitiendo así que salgamos del marco teórico que acostumbramos a

tratar en las clases. Durante una semana, todos nos sumergimos de lleno en la publicidad.

## 2.2. Del Departamento de Gala

Trabaja fundamentalmente en crear y organizar el evento de cierre de la semana de Publicatessen y su posterior cóctel (todo ello ateniéndose a un presupuesto fijado y sin descuidar asuntos protocolarios). Este Departamento es algo especial en el sentido de que está formado por dos equipos unidos, Gala y Protocolo, que juntos deben ponerse de acuerdo en todo lo relativo al evento. Se puede considerar éste como uno de los departamentos más especiales en el sentido de que trabaja con discreción para poder impresionar a los asistentes de la especial noche. De esta forma, y a excepción de información que evidentemente se debe compartir con el resto de la organización y Junta Directiva, intentamos enérgicamente conservar el factor sorpresa de nuestra noche para que el público lo disfrute más.

La Gala tiene lugar la última noche de la semana y sirve como broche final del evento en el que se reparten los premios a los ganadores de las distintas categorías. A excepción de la IX Edición, en la que tuvo lugar en el Ágora del Campus María Zambrano, se celebra en el Teatro Juan Bravo, amablemente cedido por la Diputación Provincial de Segovia.

Los objetivos principales de esta noche son ofrecer entrenamiento a los asistentes, compensación a los ganadores, agradecimientos a los participantes y aportar mayor visibilidad a Publicatessen. Tras la pertinente entrega de premios, se da por finalizado el festival con un cóctel que, entre otras cosas, sirve de espacio común para establecer más contacto y conversación con los asistentes y organización.

En la X Edición la Gala tuvo lugar el jueves 15 de marzo de 2018 en el anteriormente mencionado Teatro Juan Bravo de Segovia, conducida por primera vez por únicamente dos presentadoras. Bajo la temática del festival, toda la noche de Gala giró en torno al sentimiento Publicatessen y su décimo aniversario, que más adelante se desarrollará en el presente trabajo.

### 3. Descripción del Departamento

#### 3.1. Equipo

Como se ha explicado anteriormente, el Departamento es un “2x1”, siendo los integrantes de Gala

- Sara Prendes Valdés (Coordinadora)
- María Moreno Topete (Subcoordinadora)
- Raquel Conde Martínez (Secretaria)
- Carla Martínez
- Carmen García Molina
- Alba Sánchez
- Silvia Pardo Sanz
- Cristina Pardo Vázquez
- Adriana Sánchez

y los de Protocolo

- Álvaro Acevedo Comesaña (Coordinador)
- Virginia Pérez Casado (Subcoordinadora)
- Laura Luaces Rodríguez (Secretaria).

La función básica de un/a coordinador/a es dirigir al equipo, además de servir como representante del Departamento. Es la persona que asume mayor responsabilidad, ya que tanto para lo positivo como para lo negativo es quien debe dar la cara por su grupo. Esta función de representante también incluye asistir a las reuniones con Junta, establecer todos los contactos externos necesarios o hablar con la prensa en nombre de su Departamento. Normalmente se reparten tareas y trabajo entre los integrantes, de forma consensuada y en función de las preferencias y habilidades de cada uno, pero el coordinador es finalmente quien tiene el poder de delegar y decidir. El/la subcoordinador/a es el mayor apoyo para el/la coordinador/a y asume, junto con éste/a mayores responsabilidades en el Departamento. Si por cualquier motivo el/la líder no pudiera cumplir una función puntual, el/la subcoordinador/a es quien ocupa su lugar.

Por último, el/la secretario/a es la persona que ayuda a coordinador/a y subcoordinador/a en la toma de decisiones, toma nota de reuniones, recordatorios, etc. Este puesto es algo más relativo en el sentido de que sus funciones son más generales y cada equipo lo gestiona de la forma que considera oportuna. Sin embargo, aún así supone un muy buen segundo apoyo para el/la coordinador/a y, en ocasiones, de gran utilidad como opinión de desempate en el proceso de toma de decisión.

Estas tres figuras juntas, pues, (coordinador/a, subcoordinador/a y secretario/a) conforman la cabeza visible de cada Departamento, respaldada por el resto de sus integrantes, cuyo número varía dependiendo de la promoción y el equipo, y que a veces se ve reducido a cero, como es el caso de Protocolo en esta X Edición. Cabe destacar, no obstante, que aunque éste no suele ser de los departamentos más atestados, siempre cuenta con el apoyo de Gala, que le aporta una mayor base.

### 3.2. Metodología de trabajo

Cada equipo (y en función de su coordinador/a, la relación entre los constituyentes, etc.) lleva a cabo distintas metodologías dependiendo de la tarea que desempeñe. Sin embargo, todos comparten un elemento y objetivo común que es la organización del festival, por lo que deben ponerse de acuerdo y mantener una comunicación interna muy fluida que facilite el correcto desarrollo.

Por ello, y con relativa frecuencia, se fueron estableciendo reuniones de coordinadores con la Junta Directiva, en la que todos compartíamos los avances de cada Departamento, dudas, propuestas, etc. de tal forma que fuéramos teniendo una visión general y seguimiento de la organización, además de la oportunidad de darnos más ideas o sugerencias entre nosotros. La tónica de las reuniones era normalmente la misma, primero hablaba Jesús David Ponga Sánchez (presidente), contándonos la información o avisos pertinentes, y después se cedía el turno a cada Departamento y a partir de ahí se creaba conversación entre todos. El objetivo se estableció en reunirse una vez cada semana, aunque por circunstancias no siempre fuera posible. De todos modos, la Junta Directiva era informada de todos los movimientos de cada Departamento con asiduidad.

En nuestro equipo comenzamos fijando reuniones todas las semanas en aulas disponibles de la universidad. Nuestra principal vía de comunicación era un grupo de

WhatsApp en el que nos encontrábamos todo el equipo de Gala y Protocolo. De esta manera, fijábamos la fecha y hora más conveniente para todos y quedábamos para discutir las cuestiones importantes de cada momento. Las coordinadoras solíamos llevar escrito punto por punto todos los temas a tratar y posteriormente, lo pasábamos y explicábamos al resto de integrantes que no habían podido asistir a la reunión. Finalmente, y dado a numerosas circunstancias, a pesar de que nunca se dejaron de fijar reuniones, el equipo se fue viendo reducido y procedimos a una mayor división de tareas. En este sentido cabe destacar a Raquel Conde Martínez (secretaria), Carla Martínez y Carmen García Molina por ser quienes mayor participación tuvieron en nuestro Departamento de principio a fin.

### 3.3. Relación con otros Departamentos

La totalidad de la organización está formada por diez departamentos distintos (incluyendo el nuestro). En lo que a Gala respecta, la relación más estrecha teóricamente se tiene con Protocolo por estar ambos unidos y en continuo contacto para organizar la noche. Sin embargo, cada equipo tiene su papel e influencia en la Gala:

#### 3.3.1. Junta Directiva

Compuesta por Jesús David Ponga Sánchez (presidente), Gema (vicepresidenta), Roberto Velayos (secretario), Cristina Garzón (vicesecretaria) y Carmen Conte (tesorera), la Junta Directiva es el filtro final de toda decisión tomada por cualquier Departamento respecto a la organización del festival. Además, es quien decide y redacta las bases de las categorías que se premian en la Gala.

#### 3.3.2. Dpto. de Arte y Diseño

Con Eduardo Senovilla como coordinador, Laura Catalina de subcoordinadora y Javier González secretario; este Departamento juega un papel crucial en toda la organización del evento, pero especialmente para la Gala. De él depende todo el montaje de la noche y la puesta en escena en el teatro. Ambos Departamentos tienen que estar en contacto asiduamente para la elaboración de carteles, producción y realización de videos, escaleta del guion y organización de la música para la Gala.

### 3.3.3. Dpto. de Patrocinio

Coordinado este año exclusivamente por Laura de Pedro Maté, es muy importante el trabajo que desempeñe este Departamento porque en función de sus logros depende considerablemente el presupuesto que tengamos para llevar a cabo el festival, junto a lo recaudado con las actividades propuestas por el Dpto. de Tardecitas, Noche y RSC (a lo que se añadiría posteriormente el dinero recaudado con la noche de gala). De todos modos, el objetivo de Patrocinio no está únicamente orientado al resultado económico, sino que también contribuye a dar una mayor visibilidad al festival, establecer contactos con los que organizar otros eventos o que participen como categoría en el Festival (como por ejemplo Garciani, con quien Publicatessen organizó varios vermús y que además debutó aportando el premio al mejor packaging para su producto).

Es justo mencionar que, en esta Edición, Patrocinio destacó por no solo haberse adaptado a estar conformado por un solo miembro, sino por haber superado con creces esa situación excepcional, aportando mucho trabajo, ideas y colaborando con los demás equipos, fundamentalmente con Gala.

### 3.3.4. Dpto. de Jornadas

Coordinado por Sara Allende, Mercedes Alarcón (subcoordinadora) y Laura Pérez (secretaria), este equipo contó con el mayor número de integrantes. Su función principal es organizar y planificar todas las ponencias de la semana y los talleres, repartidos entre la antigua Escuela de Magisterio, el Palacio de Quintanar de Segovia y algunas aulas del Campus María Zambrano. Más allá de eso, asume otras muchas tareas como responsabilizarse del transporte, alojamiento, dietas, etc. de los ponentes, o del merchandising que regalan a los asistentes al evento. El objetivo de las Jornadas es acercar a los alumnos al mundo publicitario y mostrarles sus diversas perspectivas laborales, ya sean eventos, diseño, comunicación, etc. de la mano de profesionales del mundo de la publicidad.

La relación que guarda con Gala no es tan cercana como con otros departamentos, sino que ésta última es la forma de concluir con la semana que organiza en Jornadas. Además, en la gran noche de Publicatessen muchos de los asistentes son ponentes e incluso más de uno se encarga de presentar y hacer la entrega de un Acuetrucho, así que ambos departamentos están en cierta medida relacionados.

### 3.3.5. Dpto. de Tardecitas y Noches

Formado por Valvanera Gómez (coordinadora), María José Guerra (subcoordinadora), Ignacio Torre y María Pedrayes; el Departamento de Tardecitas es el encargado de llevar a cabo las actividades de ocio y entretenimiento durante los meses previos y durante Publicatessen para recaudar dinero y también para dar a conocer el Festival a los nuevos alumnos de la Universidad y aquellos que no lo conozcan.

### 3.3.6. Dpto. de Protocolo

Como se ha indicado con anterioridad, está dirigido por Álvaro Acevedo (coordinador), Virginia Pérez (subcoordinadora) y Laura Luaces (secretaria), y es el equipo con el que Gala guarda una relación más estrecha. Es el encargado de realizar y supervisar las invitaciones para la Gala de las autoridades y profesorado de la Universidad, organización de los asientos en el teatro para los asistentes y la venta de entradas; así como de revisar el cumplimiento del protocolo en todo momento. Es importante mencionar que este Departamento tiene un papel fundamental en la organización del Festival y en cualquier tipo de evento, por lo que es indispensable tener la formación y los conocimientos necesarios para llevar a cabo de manera correcta el trabajo.

### 3.3.7. Dpto. de Comunicación

Dirigido por María Rodríguez (coordinadora), Andrea Tola (subcoordinadora) y Elia Prieto (secretaria); este Departamento es el encargado de comunicar a través de los medios de comunicación, las redes sociales y la página web todo lo vinculado al Festival de principio a fin. Tiene como propósito principal informar de todas las novedades y acontecimientos, además de generar feedback con los seguidores en las redes sociales. Este último objetivo es muy valioso para Publicatessen porque le ayuda a mejorar y a conocer cuáles son las opiniones acerca del Festival tanto dentro como fuera del ámbito universitario.

El Departamento de Comunicación está en continuo contacto con todos los demás, sobre todo con Diseño que les envía los carteles que se deben publicar, con Tardecitas para informar acerca de las actividades organizadas y con Gala. Fue muy importante su función para ayudarnos a dar todos los avisos relevantes, véase el casting

de presentadores y azafatos, la venta de entradas para la Gala, la convocatoria de los medios de comunicación o la preparación de las ruedas de prensa.

### 3.3.8. Dpto. de RSC

Coordinado por Ana Nieto y subcoordinado por Manuel Toribio, el grupo de RSC se encarga fundamentalmente de llevar a cabo buenas prácticas que contribuyan a la mejora social y de proyectar una buena imagen del Festival.

En resumen, cada departamento tiene asignadas sus propias funciones, pero siempre se procura ayudar a los otros, hacer aportaciones que les pueden ser útiles y trabajar en equipo ya que el objetivo común de todo el trabajo realizado es el éxito del festival. Por ello, se fijaban reuniones todas (o prácticamente todas) las semanas con la Junta Directiva y los distintos coordinadores de los departamentos para poner en común nuestras ideas, hablar sobre el trabajo que iba realizando cada uno, tomar decisiones y solucionar posibles contratiempos.

## 4. Puesta en marcha

### 4.1. Reuniones y propuestas descartadas

El 24 de octubre quedaron asignados los diferentes departamentos, desde ese momento todo el Departamento de Gala realizamos reuniones semanales para proponer ideas, repartir las tareas, resumir las reuniones con la Junta Directiva y coordinadores, solucionar imprevistos y organizar cómo sería el broche final a la semana de la publicidad.

Como ocurre en toda organización de eventos, antes de tomar una decisión final, pensamos numerosas propuestas para hacer de la X Gala, una noche diferente. Finalmente, desechamos algunas de las propuestas por su dificultad para realizarlas, presupuesto disponible o por otras propuestas más acordes a lo que veníamos buscando. A continuación, exponemos algunas de las propuestas descartadas.

- Lanzamiento de un vídeo previo a la Gala en redes sociales, en el que se desarrollara una historia que se resolvería posteriormente en el teatro y que crease expectación.
- Edición de un vídeo recopilatorio de los diez años de Publicatessen, con motivo del aniversario del festival. Esta idea no fue posible de llevar a cabo debido a la falta y muchas veces mala calidad de archivos.
- Vídeo de introducción a la Gala hecho por “Soy una pringada”. A través de un contacto, quisimos que la famosa *Youtuber* hablara en su canal de nosotros dando paso a la Gala, de tal forma que pudiéramos proyectarlo como *opening*.
- Participación de *influencers* en momentos puntuales de la Gala y la actriz Carmela Martins de la serie “Vivir sin permiso” de Telecinco, que se puso en contacto con el Festival para entregar un Acuetrucho.
- Cóctel en el Teatro Juan Bravo (al estilo americano, con mesas redondas y el cóctel durante la gala).
- Inclusión de presentadores de las diez ediciones anteriores como invitados especiales de la noche. De nuevo, como conmemoración del festival y para que despertara nostalgia entre el público que había vivido Publicatessen durante años.
- Grupo de música en directo durante la Gala (estilo Late Motiv) para animar a los asistentes y acompañar en el guion de las presentadoras.
- Diferentes coreografías de las presentadoras durante la gala para mantener la atención del público. Esta idea no se llevó a cabo por falta de tiempo de ensayo y por ajustarse al tiempo de duración de la Gala.

#### 4.2. Calendario

<b>17/10/17</b>	Elección de la Junta Directiva (Presidente, Vicepresidenta, Secretario, Vicesecretaria y Tesorera)
<b>24/10/17</b>	División de los departamentos, elección de los coordinadores y creación del grupo de Gala

<b>30/10/17</b>	Primera reunión del Departamento de Gala: Fijación del <i>timing</i> y fechas para los casting de presentadores (14 y 15 de noviembre)
<b>07/11/17</b>	Buzón de sugerencias en el Ágora para la X Edición
<b>08/11/17</b>	Reunión del Departamento de Gala y primeras ideas para el casting de presentadores
<b>14/11/17</b>	Casting de presentadores
<b>15/11/17</b>	Casting de presentadores
<b>21/11/17</b>	Fotos oficiales para la página web de Publicatessen de los coordinadores y secretarios de los departamentos
	Apertura del plazo de votación de los presentadores
<b>22/11/17</b>	Visitas a posibles lugares para la celebración del cóctel (Palacio Episcopal, Eurostars Convento Capuchinos, Hotel Condes de Castilla, Hotel Spa Plaza Mayor, Sala de exposiciones la Alhóndiga, Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente y Hotel los Arcos)
<b>25/11/17</b>	Finalización del plazo de votación de los presentadores y recuento de votos
<b>27/11/17</b>	Publicación de fechas oficiales para la X Edición de Publicatessen: del 12 al 15 de marzo de 2018
<b>28/11/17</b>	Reunión del Departamento de Gala y explicación de la elección de las presentadoras Marta Torres y Mara Escobar
<b>01/12/17</b>	Visitas al Ayuntamiento, Convento de Mínimos y Reunión con Marco (Director del teatro Juan Bravo)
<b>04/12/17</b>	Reunión de Coordinadores

	Reunión con la Junta Directiva para solucionar una mala comunicación interna
	Envío del acta con el recuento de las votaciones de los presentadores
	Mensaje por el grupo de Gala para comentar lo sucedido en la reunión con la Junta Directiva
<b>05/12/17</b>	Reunión con José Antonio para organizar la parte técnica de la Gala y contratar el servicio de Streaming
<b>07/12/17</b>	Intercambio de correos con Marco, Director del teatro para confirmar los materiales técnicos
	Mensajes a Jon Dornaletetxe y Alex Buitrago para contar con su ayuda en esta X Edición
<b>11/12/17</b>	Reunión de Tesorería con los coordinadores para la presentación de los presupuestos de cada Departamento
	Reparto de las papeletas para el sorteo de la cesta de navidad y un tatuaje
<b>13/12/17</b>	Reunión Departamento de Gala y resumen de la reunión de coordinadores
<b>14/12/17</b>	Amigo invisible
<b>19/12/17</b>	Fiesta temática navideña de Publicatessen
<b>27/01/18</b>	Fiesta fin de exámenes, vermú torero en el bar el Rincón de Raul
	Recogida de alimentos y juguetes
<b>07/02/18</b>	Reunión de coordinadores
<b>08/02/18</b>	Entrega del presupuesto final del Departamento de Gala

<b>09/02/18</b>	Reunión con el Departamento de Gala para escribir el Guion
<b>12/02/18</b>	Reunión con Marian y Alberto para revisar todo lo relacionado con la Gala
	Confirmación del servicio de fotomatón para el Cóctel
	Comienzo de los ensayos con las presentadoras, con una periodicidad de mínimo 2 veces a la semana hasta el día de la Gala
<b>13/02/18</b>	Fiesta temática de carnaval de Publicatessen
	Votación de la categoría de Cartel en el Ágora
<b>14-15/02/18</b>	Charlas Pre-Publicatessen
<b>16/02/18</b>	Visita al Teatro Juan Bravo
	Vermú en la Zapatería
<b>21/02/18</b>	Reunión de Coordinadores con Marian
	Casting de azafatos para la Gala (18:00-20:00h) por cuenta de Protocolo
<b>22/02/18</b>	Pasa-clases para explicar a los alumnos qué es Publicatessen y animarlos a participar
<b>23/02/18</b>	Exposición en la Casa de la Moneda
<b>26/02/18</b>	Mercadillo de ropa de segunda mano en el Ágora
	Entrega de piezas Publicatessen en Santa Eulalia
<b>27/02/18</b>	Mercadillo de ropa de segunda mano en el Ágora
	Venta de entradas para las jornadas de Publicatessen

<b>28/03/18</b>	Mercadillo de libros de segunda mano en el Ágora
<b>01/03/18</b>	Mercadillo de libros de segunda mano en el Ágora
	Minijornadas Publicatessen
<b>02/03/18</b>	Minijornadas Publicatessen y cena de reencuentro
<b>05/03/18</b>	Entrega de piezas en Santa Eulalia
<b>06/03/18</b>	Reunión de coordinadores con Marian
<b>07/03/18</b>	Venta de entradas para la Gala
<b>08/03/18</b>	Concurso de tortillas en el Ágora
	Venta de entradas para la Gala
<b>09/03/18</b>	Venta de las últimas entradas para la Gala
	Entrega de piezas en Santa Eulalia
<b>10/03/18</b>	Paella Pre-Publicatessen
<b>12/03/18</b>	Comienzo de la semana de Publicatessen
<b>15/03/18</b>	Gala y Cóctel

Fig. 1: Recopilación de todas las fechas y acciones relevantes para la organización del evento.  
Fuente: elaboración propia.

#### 4.3. Casting y elección final

La importancia de la toma de decisión de presentadores/as puede compararse a la del propio guion, porque de ello depende cómo salga la Gala y el recuerdo que los asistentes guarden de ella.

Es importante que además de ser capaces de memorizar un guion tan largo, sepan reaccionar correctamente ante imprevistos o problemas que puedan surgir, además de que tengan una buena aceptación entre el público en general, en lo que normalmente la propia promoción tiene más poder de decisión.

El casting se anunció a través de las redes sociales de Publicatessen, en la propia facultad con carteles diseñados por el Departamento de Arte y Diseño (anexo II) y gracias al boca a boca. Esto último sigue siendo una cuestión relevante, incluso después de haber elegido a los presentadores, por dos motivos: por una parte, la elección de presentadores/as suele ser un tema muy recurrente en la promoción, que está expectante por saber quién o quiénes serán y se genera mucha conversación que a su vez aporta presencia a Publicatessen; y, por otra, (teniendo en cuenta que el objetivo es que la elección sea sorpresa hasta el día de la propia Gala) ésa conversación generada deriva muchas veces en rumores inciertos que confunden a la gente y, efectivamente, se llevan la sorpresa en el teatro.

Con intención de no hacer esperar a los participantes y lograr una organización más fluida, convocamos con un margen de 20 minutos a cada persona en los dos días en los que tuvieron lugar las audiciones.

<b>MARTES 14</b>		<b>MIÉRCOLES 15</b>	
<b>18:00</b>	Elena Ballesteros	<b>16:00</b>	Ana Oliveira
18:20	Marta Torres	16:20	Valvanera Gómez
18:40	Mara Escobar	16:40	Sara Viñuela
19:00	Isa Topham	17:00	Sergio Urtiaga
19:20	Sara Medina	17:20	Fernando Sanmartín

Fig. 2: Horario estructurado del casting. Fuente: elaboración propia.

Avisando de antemano a los participantes en la audición de que trajeran preparado un discurso o monólogo de libre elección, comentamos con cada uno de ellos las siguientes preguntas:

1. Por qué quieres ser presentador/a.
2. Qué fallos observas de anteriores galas que crees que podrías mejorar.
3. Qué cualidades crees que tienes tú como presentador/a.
4. Cómo actuarías si se da algún percance en la gala (fallos técnicos, olvidarse el guion, caídas...).
5. Imitación, chiste, anécdota, canto o baile.

Además, durante las actuaciones, fuimos poniéndoles a prueba con pequeñas distracciones para ver cómo reaccionaban; llamadas al teléfono en sonido, interrupciones, apagar la luz, toser, etc. Algunos se distrajeron, sin embargo, otros, siguieron con el discurso con mucha naturalidad.

La elección de los presentadores se hizo a través del voto de los miembros del Departamento de Gala y el de los miembros de la Junta Directiva. Es importante contar con los votos de este último departamento, pero también es lícito que sea Gala quien tenga mayor poder de decisión. Por ello, coordinadora, subcoordinadora y secretaria cuentan con dos. Cabe destacar que no todo el departamento estuvo presente los días que se realizaron los castings, y a pesar de que se ofreció a aquellos que no asistieron la oportunidad de ver los vídeos que habíamos previsto grabar por si alguien faltaba, por varios motivos solo pudimos contar con pocas opiniones. Sin embargo, el resultado fue positivo. Las elegidas fueron dos chicas muy diferentes entre ellas, pero ambas con mucha presencia sobre el escenario. Además, logramos romper con los típicos roles utilizados en Galas anteriores, donde los presentadores eran chicos y chicas y el argumento principal del guion jugaba fundamentalmente con la atracción entre ellos.

Mara Escobar Meléndez y Marta Torres Estévez fueron las encargadas de presentar la X Edición, con la sorpresa para los asistentes de que estuvieron acompañadas al principio de la Gala por Ismael y Martín, los presentadores de la IX con motivo del aniversario del Festival. Ellos fueron los encargados de abrir la Gala y de engañar al público para que pensaran que serían de nuevo los presentadores. La mayoría de los asistentes habían participado en la edición anterior y ellos como presentadores habían gustado mucho entre el público. Por este motivo y para hacer un guiño a la trayectoria y al sentimiento de Publicatessen pensamos que sería buena idea contar con su participación en la Gala de la X Edición.

Además, la Gala tuvo otras sorpresas. Lo primero que hicimos fue, a modo de pequeño regalo y para ir calmando el apetito del esperado Cóctel, colocar en cada una de las butacas del teatro una bolsa de golosinas. Con respecto al guion y con intención de, por una parte, quitar algo de peso a las presentadoras y, por otra, amenizar el guion; introducimos apariciones sorpresa como fueron la de Miguel Vargas (alumno Erasmus muy querido entre la promoción), Marilyn Monroe cantando el cumpleaños feliz a la X

Edición y Glòria Serra en una aparición estelar en un falso directo desde el Convento de Mínimos, lugar donde más tarde se celebraría el cóctel, que hizo reír mucho al público.

#### 4.4. Categorías

El equipo de la Junta Directiva es el encargado de decidir y redactar las bases de las distintas categorías. La mayoría de ellas, a las que hemos llamado “básicas”, se mantienen cada año, pero de otros patrocinadores o contactos de parte de la organización depende la creación de nuevas categorías. Concretamente, para la X Edición contamos con muchas novedades gracias a las Escuelas de Creatividad Publicitaria de Zink y Brother; Creative Focus, Aviman, la mayor granja online y a Vermú Garciani.

A pesar de no ser nuestro Departamento el encargado de redactar las bases, Gala está evidentemente ligado a las categorías: Se encarga de recoger las piezas presentadas por los participantes en la antigua Escuela de Informática, Santa Eulalia y de asegurar el cumplimiento de las bases redactadas. Además, la elaboración del guion gira en torno a la presentación de las categorías ya que es en la Gala donde se entregan los Acuetruchos a los ganadores.

Cabe mencionar también, que en esta Edición surgieron algunas dudas entre los participantes por la redacción de las bases y fue necesario aclarar ciertas erratas que dieron lugar a confusiones. Algunas con respecto a lo que se pedía, el formato de entrega o con relación al uso de música libre de derechos de autor. Por ello, es de suma importancia transmitir correctamente, de forma clara y concisa todos los requisitos del concurso. A pesar de ello, se solventaron los posibles errores y la participación de los alumnos en la Edición superó la de años anteriores con gran calidad y creatividad en las piezas.

##### 4.4.1. Básicas

**Cartel:** Producción y diseño de un cartel publicitario original que represente y promocióne la X Edición del Festival de Publicatessen.

**Cuña de radio:** Producción de una cuña de radio original sobre un producto, servicio, marca real o ficticia.

**Deportes:** Producción de una pieza audiovisual publicitaria que muestre la visión de los estudiantes sobre los valores y aspectos de la práctica deportiva de la vida universitaria.

**Eventos:** Creación de un evento en forma de Case Study\* sobre un producto, servicio, marca real o ficticia con una temática totalmente libre.

**Exalumnos:** Producción de un trucho audiovisual publicitario inédito y original sobre un producto, servicio o marca real o ficticia. La temática será totalmente libre.

**Fotografía:** Imagen de realización propia que muestre lo que el producto es capaz de ofrecernos y que sea capaz de percibirse en una sola imagen.

**Gráfica:** Producción de una gráfica publicitaria inédita y original, sobre un producto, servicio, marca real o ficticia. La temática será totalmente libre.

**Interuniversidad<sup>1</sup>:** Producción de una pieza publicitaria inédita y original sobre tu universidad, con el objetivo de dar a conocer el lugar donde estudiar y resaltar los valores que se promueven desde la educación.

**Solidaridad:** Creación de una pieza con temática libre que refleje y/o muestre la solidaridad con personas, grupos o colectivos sociales vulnerables, desprotegidos, agraviados, discriminados, violentados, empobrecidos o que padezcan cualquier situación de injusticia de nuestro tiempo.

**Trucho imitación:** Producción de un trucho inédito y original de imitación de un spot real ya emitido por algún medio de comunicación.

---

<sup>1</sup> Incluimos Interuniversidad en el apartado de categorías básicas porque, efectivamente, otros años se había intentado llevar a cabo, pero había resultado vacía y por tanto no expuesta en la Gala. Sin embargo, nos referimos a ella como nueva porque la X Edición fue el primer año que se consiguió.

**Trucho libre:** Producción de un trucho publicitario inédito y original sobre un producto, servicio o marca real o ficticia.

#### 4.4.2. Nuevas categorías

**New Creatives 2018 (Zink!):** Producción de cualquier pieza para el portfolio, desde un spot, cuña de radio, gráficas, hasta todo lo relacionado con temas online, innovación, activaciones, experienciales o *branded content*.

**Creatividad Social by Brother:** Creación de una campaña de revalorización del trabajo de los jóvenes profesionales y el sueño de vivir de su vocación.

**Creative Focus:** Creación de un vídeo que muestre lo que es Creative Focus y que fomente la colaboración dentro del mundo creativo, resaltando la colaboración entre creadores de contenido y la creación de una comunidad.

**Identidad Visual Corporativa “Aviman”:** Creación de la identidad corporativa completa de la marca, que comprenda al menos logotipo, tipografía corporativa, colores, usos correctos e incorrectos, proporciones, tamaño mínimo y utilización en papelería, rotulación de vehículos e identificación de ropa de trabajo.

**Packaging Garciani:** Decoración de la botella con el mensaje social, político, cultural o artístico susceptible de ser debate con amigos, compañeros de trabajo o familiares, en torno a un Vermú Garciani.

#### 4.5. Entregas de piezas

Normalmente existe una sola fecha para la entrega de piezas, pero este año como algo excepcional por ciertos inconvenientes que surgieron con los patrocinadores de dichos premios se abrieron diferentes fechas de entrega, que fueron los días 11, 12 y 26 de febrero, y el 1, 5 y 9 de marzo en el aula A-4 de Santa Eulalia. Para poder participar es necesario ser alumno de la Universidad de Valladolid y realizar los estudios de Publicidades y Relaciones Públicas. Como se indica en las bases de la página web de

Publicatessen, los trabajos deben ser presentados en un sobre con el CD/DVD de la pieza y el nombre de la categoría correspondiente, además dentro del sobre debe incluirse un folio con la siguiente información:

- Nombre de la categoría
- Título o lema de la pieza
- Nombre y apellidos de los participantes
- DNI
- Curso y grupo
- Número de teléfono de contacto y email

Para aquellos alumnos interesados en participar pero que estén disfrutando de la Beca Erasmus o SICUE, deben enviar sus piezas al correo electrónico [categorias@festivalpublicatessen.com](mailto:categorias@festivalpublicatessen.com). En caso de tratarse de un archivo pesado, la entrega se hace mediante el sistema WE TRANSFER. Estos alumnos deben atenerse al resto de las bases de todas categorías, siendo la única excepción para ellos el método de envío de sus piezas por motivos evidentes.

Como en todo evento y al igual en otros aspectos del Festival, surgieron algunos inconvenientes, siendo los más frecuentes archivos que no se pueden abrir correctamente, falta de información del participante en la ficha requerida con la pieza, y la utilización de música con copyright. Además, algunas personas no se ajustaron al horario de entrega, por lo que las piezas enviadas fuera de plazo no pudieron ser votadas.

CATEGORÍA	ENTREGA	HORARIO
Cartel	11/02/18 Correo electrónico ( <a href="mailto:categorias@festivalpublicatessen.com">categorias@festivalpublicatessen.com</a> )	20:00 máx.
	12/02/18 Ágora María Zambrano	10:00-13:00
Cuña de radio	26/02/18	12:00-14:00
	Aula A-4 de Santa Eulalia	15:00-20:00

Deportes	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Eventos	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Exalumnos	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Fotografía	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Gráfica	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Interuniversidad	26/02/18 Correo electrónico ( <a href="mailto:categorias@festivalpublicatessen.com">categorias@festivalpublicatessen.com</a> )	20:00 máx.
Solidaridad	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Trucho Imitación	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Trucho Libre	26/02/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
New Creatives 2018	1/03/18 Correo electrónico ( <a href="mailto:info@zinkproject.com">info@zinkproject.com</a> )	20:00máx.
	5/03/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Creatividad Social by Brother	5/03/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Creative Focus	5/03/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Identidad Visual Corporativa “Aviman”	9/03/18 Aula A-4 de Santa Eulalia	12:00-14:00 15:00-20:00
Packaging Garciani	9/03/18	12:00-14:00

	Aula A-4 de Santa Eulalia	15:00-20:00
--	---------------------------	-------------

Fig. 3: Plazos y horarios establecidos para la entrega de las diferentes piezas. Fuente: elaboración propia.

#### 4.6. Venta de entradas

Los días 7, 8 y 9 de marzo tuvo lugar la venta de las entradas para la noche. Divididos entre el Ágora del Campus María Zambrano y la Antigua Escuela de Magisterio de Segovia, organizamos (teniendo en cuenta las prioridades protocolarias y logísticas) todos los asientos en el teatro. Los días para la venta se establecieron consecutivamente y por orden de prioridad.

- Día 7: en Magisterio y el Ágora, para los asistentes a las jornadas, nominados de las categorías e integrantes del equipo Publicatessen.
- Día 8: en el Ágora para el profesorado.
- Día 9: en el Ágora, las entradas restantes para aquellos no asistentes a Jornadas y que quisieran asistir.

Las entradas incluían tanto la Gala como el cóctel que se celebraba después en el Convento de Mínimos, situado junto al Teatro Juan Bravo y la Plaza Mayor (anexo III). La venta y organización de las entradas, en un principio es competencia del Dpto. de Protocolo, pero debido a numerosas incidencias fue nuestro Departamento el finalmente encargado de realizar la venta (anexo IV). Debido a esos problemas que surgieron a la hora de sentar a las autoridades según marca el protocolo, en el último momento tuvimos que reorganizar algunos asientos y finalmente conseguimos solventarlo gracias a la ayuda de la profesora de Relaciones Públicas y Protocolo, Lara González Díaz.

El diseño de los Acuetruchos y las entradas corrió por cuenta del Dpto. de Arte y Diseño, así como de la realización de las bobinas que daban paso a los nominados y ganadores de cada categoría en la Gala.

## 5. Gala

A lo largo del trabajo se han desarrollado las funciones y los objetivos de este Departamento, que son ciertamente más de lo que podíamos imaginar en un principio. El evento en su totalidad, pero en nuestro caso, la Gala y Cóctel, son el resultado de un mes de mucho trabajo, implicación esfuerzo e ilusión de todo el Equipo Publicatessen.

Bajo el tema “Diez años enamorados de la Publicidad” se desarrolló una Gala llena de sorpresas y emociones para conmemorar el primer aniversario de nuestro Festival y como punto de inflexión para futuras Ediciones, para animarlas a seguir creciendo y convertir Publicatessen en un referente universitario nacional.

El Departamento, a pesar de empezar a trabajar desde el primer momento, fue el mes de marzo y los días previos a la Gala cuando sufrió más estrés ultimando detalles y poniendo marcha todo lo organizado durante los meses anteriores. Fueron días de agobio y de mucho trabajo tanto de las miembros del departamento como de las presentadoras, que no dejaron de ensayar para que todo saliera según lo previsto. Por nuestra parte fuimos controlando y supervisando cada uno de los aspectos de la noche y para evitar problemas y solucionar los imprevistos que fueron surgiendo.

La Gala se celebró la tarde-noche del 15 de marzo en el Teatro Juan Bravo. Con todo preparado (el escenario con los Acuetruchos, bolsas de golosinas en los asientos, técnicos y cámaras listas, azafatos (anexo V) colocados para recibir a los asistentes y las presentadoras dispuestas para salir al escenario), se procedió a la apertura de puertas del Teatro a las 19:00. El evento, que fue retransmitido en *streaming*, duró dos horas y media y se desarrolló con éxito, aunque aparecieran pequeños fallos típicos del directo. El sonido de los micrófonos no funcionaba en momentos puntuales y la voz en off de “El Súper” introduciendo a las presentadoras tampoco se escuchó. Además, se cometieron ligeros fallos con respecto al guion, pero en este sentido hay que destacar que, gracias a la capacidad de improvisación y naturalidad de Mara y Marta, todo salió bien y la mayoría de los fallos solamente los percibimos quienes habíamos escrito el guion y quienes conocíamos y controlábamos la Gala en su totalidad. Así que, a pesar de los pequeños descuidos solventados en el momento, los asistentes disfrutaron de una gran noche de la Publicidad. Al finalizar la Gala, la celebración continuaba en el restaurante Convento de Mínimos a las 21:30 aproximadamente, poniendo más tarde punto final a la X Edición de Publicatessen.

## **6. Cóctel**

Es la guinda de la Gala, el cierre con el que nos despedimos de Publicatessen. Sin embargo, sus funciones van más allá de ofrecer bebida y comida a los asistentes del festival, ya que supone la última oportunidad de establecer contacto con ponentes, patrocinadores, poder felicitar a los ganadores, etc.

Se llevó a cabo en el restaurante Convento de Mínimos, ideal por su próxima localización al Teatro Juan Bravo, su aforo y que ofreció un menú sobre todo abundante y variado, teniendo en cuenta a las personas vegetarianas, veganas o con algún tipo de alergia/intolerancia. En base a nuestra propia experiencia en festivales anteriores y escuchando opiniones de nuestros compañeros, la comida en el cóctel siempre había sido considerada escasa. A pesar de que, efectivamente, un cóctel no es una cena, quisimos asegurarnos de que la comida no faltara y así lo hablamos con las gerentes del restaurante, que destacaron por su buen trato y cercanía con nosotros.

En un primer momento el aforo estaba limitado a una cantidad menor de personas, ya que, a pesar de que el restaurante cuenta con tres pisos, solo podría abrirse la primera planta como suplemento para nosotros. Sin embargo, el aforo estaba establecido en función de la cantidad apropiada de gente sentada en mesas de restaurante. Al tratarse de un cóctel, solamente disponiendo mesas en el centro para la comida y barras a los lados para las bebidas, el espacio disponible aumenta notablemente. Para ello, hubo que contactar con Ayuntamiento y un estudio de arquitectura que comprobara, aprobara y finalmente nos permitieran aumentar el límite de capacidad del restaurante (anexo VI).

Como novedad y a modo de sorpresa, contratamos un servicio de fotomatón que acompañó la velada, de tal forma que todos pudieran llevarse un buen recuerdo de nuestra X Edición con fotos personalizadas con el logotipo del festival y el tema “Diez años enamorados de la Publicidad”.

## **7. Presupuesto y gasto final**

El presupuesto es una parte fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa o evento y, por supuesto, un aspecto muy a tener en cuenta en la organización de la Gala. Publicatessen, al tratarse de un Festival hecho por y para los alumnos cuenta con un

presupuesto limitado que debe ajustarse a cada uno de los Departamentos para hacer frente a todos los gastos que supone. En este sentido, tiene un papel muy importante la figura del Tesorero, siendo en nuestra X Edición Carmen Conte la encargada de llevar al día todos esos gastos y contribuciones.

Concretamente, el Departamento de Gala, es el que supone a priori mayores gastos a Tesorería, pero que después se ven compensando con las ganancias de las entradas y el dinero recaudado de los más de 200 asistentes a Jornadas. Por ello, contamos con uno de los más amplios presupuestos. En nuestro caso, la mayor parte del dinero se utilizó para el cóctel posterior a la Gala, la producción de los Acuetruchos, y la contratación de un arquitecto para conseguir el permiso de aforo en el Convento de Mínimos. El resto del presupuesto se invirtió en la contratación del fotomatón, decoración del Teatro y fotógrafos, y otros aspectos técnicos como el alquiler de micrófonos. El *streaming* en nuestro caso no supuso un gran gasto debido gracias que los técnicos de la UVa cubrieron muy amablemente este servicio. Cabe destacar que el Departamento de Gala a pesar de suponer un gran presupuesto en la previsión inicial del Festival, también es el que mejor recupera la inversión hecha gracias al dinero recaudado con la venta de entradas para la Gala.

CONCEPTO	GASTO
Lugar para el cóctel	900,00 €
Catering	3.000,00 €
Impresión de entradas	50,00 €
Escenografía	250,00 €
Acuetruchos	1.000,000 €
Premios en metálico	1.500,00 €
Seguro	130,90 €
Streaming	3.000,00 €
Montaje	200,00 €
Gastos imprevistos	100,00 €
Alojamiento de invitados	250,00 €
Música (banda en directo)	400,00 €

<b>COSTE TOTAL</b>	<b>10.780,90 €</b>
<b>TOTAL sin streaming</b>	<b>7.780,90 €</b>

Fig. 4: Primera estimación presupuestaria, realizada y cedida por Carmen Conte (tesorera de la X Edición del Festival Publicatessen).

Finalmente, todos los gastos que nuestro Departamento tuvo fueron los siguientes:

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>COSTE</b>	<b>INGRESO</b>	<b>Observaciones</b>
Gala	10.097,70 €	3.840,00 €	Ingreso correspondiente a la venta de entradas.
Arquitecto	540,00 €		Pagado
Globos de helio	50,00 €		Pagado
Fotomatón	314,00 €		Pagado con ayuda de la Universidad
Decoración teatro	300,00 €		Pagado
Alquiler de micrófonos y montaje	254,10 €		Pagado
Streaming	186,98 €		Pagado
Acuetruchos	1.176,12 €		Pagado
Cartón pluma para los cheques	0,00 €		Pagado CopiUVa
Entradas	0,00 €		Pagadas por el Teatro Juan Bravo
Categoría Interuniversidad	0,00 €		Ganadores en el extranjero
Seguro	130,90 €		Pagado
Premios en metálico	1.500,00 €		Gasto extra por devolución de los premios de los plagios

			(coste extra de 300,00 €)
Premios de patrocinios	1.150,00 €		Los ingresos de patrocinio fueron 1.450,00 €
Fotógrafos	200,00 €		Pagado
Golosinas	60,00 €		Pagado
Cóctel	4.235,00 €	3.840,00 €	La mitad del cóctel fue pagado por la Universidad tras solicitar permisos

Fig. 5: Tabla de costes finales del Departamento de Gala, realizada y cedida por Carmen Conte (tesorera de la X Edición del Festival Publicatessen).

## 8. Resultados

En términos generales, “Diez años enamorados de la Publicidad” fue una semana muy exitosa y la participación de los alumnos tanto en el evento en sí como en todas las acciones previamente organizadas por Publicatessen aumentó.

De la misma manera podemos afirmar que la Gala también lo fue. Esta noche suele vivirse todos los años de manera muy especial. Probablemente, sobre todo para los que formamos parte de la organización, que vemos cómo todo nuestro esfuerzo se ve recompensado. Los ganadores y nominados sienten y comparten la satisfacción de ver su trabajo valorado, y el resto de las asistentes terminan su semana de la Publicidad de la mejor forma posible. Tanto durante como después de finalizar el evento, pudimos comprobar la aceptación que estaba teniendo. Basándonos tanto en nuestra experiencia personal como en opiniones externas, podemos destacar varios de entre los éxitos de la noche:

En primer lugar, la decisión de volver al Teatro Juan Bravo fue muy bien acogida también gracias a su cercanía con el restaurante Convento de Mínimos. Lo primero que se apreció al comenzar el evento fue el detalle de poner en cada butaca una

bolsa de golosinas. Además, gran cantidad de gente destacó de esta Edición que la Gala había resultado muy amena y entretenida, ya que en festivales anteriores la noche había resultado, para algunos, excesivamente larga. El hecho de contar con dos presentadoras que rompieran con los roles que siempre habíamos visto en festival, junto con el resto de apariciones sorpresa, facilitó bastante esa fluidez. Otro asunto muy importante a destacar de la noche en el teatro es la música. Todos los años el equipo de Diseño y técnicos de la Facultad habían tenido problemas lidiando con el copyright de las canciones; no solamente porque su uso indebido dificulta la retransmisión en *streaming* y supone una multa considerable, sino también porque ellos tienen que trabajar muy duro después de la Gala para corregirlo y poder subirlo a YouTube. Sobra aclarar que su trabajo no es precisamente ese, y que, por ello, nuestro deber es enviarles la música correctamente. Este año, gracias a la ayuda de Víctor, que nos dejó utilizar la plataforma Artlist.io, pudimos buscar y descargar toda la música de la Gala libre de derechos. Tanto es así, que el Departamento de Diseño y los técnicos nos agradecieron el trabajo realizado y el que les habíamos facilitado a ellos. Por último, y relativo al Cóctel, cabe mencionar que el menú resultó ser abundante y adecuado para todos (con posibilidades para alérgicos, veganos y vegetarianos), llegando incluso a sobrar comida al final de la noche, que es algo que hasta esta Edición no había pasado. La contratación del fotomatón también supuso una grata sorpresa para todos, que pudieron llevarse así el recuerdo tangible de “La X”.

## **9. Contratiempos, controversias y resolución**

A pesar de los resultados positivos, la X Edición resultó ser controvertida principalmente por dos cuestiones, relativas a la categoría “Creative Focus” y a piezas presentadas consideradas plagios.

Días más tarde a la celebración de la X Gala, algunos alumnos participantes en las categorías del Festival se dieron cuenta de que varias de las piezas premiadas resultaban ser muy similares a campañas ya existentes. Para evitar falsos rumores, se convocó de inmediato una reunión con todos los miembros del equipo Publicatessen para tomar una decisión. De esta forma, cada uno pudimos expresar nuestra opinión y discutir posibles soluciones. Por otra parte, estaba el hecho de que las piezas ya habían

pasado el filtro del jurado y no se consideraron en un primer momento plagio, bien sea por desconocimiento de las piezas originales o por considerar las presentadas suficientemente originales. El problema fundamental fue la gran repercusión que tuvo en Redes Sociales y el alcance de algunos vídeos comparativos de las piezas originales y plagiadas; que, junto con el boca a boca, crearon dos grandes grupos de opinión que muy básicamente podemos calificar pro- y contra- Publicatessen.

Marian Núñez y Alberto Martín nos apoyaron mucho dándonos su opinión al respecto y aconsejándonos sobre cómo actuar, basándose en su experiencia. Fueron ellos junto con Jesús David Ponga (presidente) fueron finalmente quienes verdaderamente lidiaron con el problema. Es importante mencionar en este sentido que, resolver este tipo de situaciones correctamente es muy difícil, al igual que no dejarnos influenciar por nuestras relaciones personales con los implicados. Al fin y al cabo, el hecho de llevar cuatro años compartiendo aulas y amistad, inevitablemente dificulta el camino hacia la objetividad.

La solución que se determinó sería la mejor para intentar compensar a ambas partes afectadas, fue repartir el premio de 200 euros entre los dos, de tal forma que cada uno contara con la misma compensación económica, y se devolvieron los Acuetruchos a los ganadores legítimos de las categorías.

Otra inconveniencia que nos gustaría destacar a pesar de ser externo a Gala tiene que ver con VirUp, otro exitoso evento organizado por alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas que tuvo lugar en la Antigua Escuela de Magisterio poco antes de Publicatessen. Aparentemente, hubo cierta rivalidad entre ambos. Esto es importante porque el objetivo de todo lo que organizamos entre alumnos es aprender y crecer profesionalmente. La competitividad deber ser sana y legítima; y precisamente entre alumnos de una misma Promoción o de un mismo Grado, debería existir apoyo y no rivalidad. Si entre los dos eventos nos hubiéramos ayudado un poco más, o al menos haber tenido una comunicación fluida, podríamos haber hecho algo más. Esperamos que esto sirva de consejo para promociones futuras y para ayudar a crecer a iniciativas como éstas, que es el objetivo principal.

## **10. Conclusiones**

Como hemos venido diciendo y demostrando con el desarrollo de este trabajo, Publicatessen es una de las mejores oportunidades que tenemos de poner en práctica nuestros conocimientos, adquiriendo muchos otros nuevos. La experiencia es la forma más efectiva de aprendizaje, y este evento sin duda nos la aporta con creces.

Es más difícil de lo que en un principio muchos pensamos, sobre todo para los coordinadores/as, ya que tenemos que, no solo organizar todo el festival sino tampoco descuidar nuestras clases. Por ello, es muy importante saber organizarse y complementar ambas tareas.

Además de los conocimientos prácticos relativos a la organización de eventos y todo lo que conlleva, es digno de destacar el aprendizaje personal que el Festival implica. Como coordinadores/as, debemos aprender a comunicar y liderar, comprometernos con todas las responsabilidades de nuestro puesto y asumirlo de una manera ciertamente profesional. Muchas veces trabajar con compañeros de clase desde esta perspectiva más formal es más complicado. Por una parte, a los coordinadores/as puede costarles hacerse con su puesto del mismo modo que el resto del departamento no siempre está preparado para admitir dirección.

Aunque bien es cierto que Publicatessen está organizado en su mayoría por y para los alumnos, no podemos obviar la inmensa ayuda que tanto profesores/as como la propia Universidad nos ofrecen. Sin ellos este evento no saldría adelante, aunque nosotros seamos la cara visible del Festival. No solo en términos de ayuda económica o cesión de infraestructuras, sino del enorme apoyo que terminan siendo para nosotros.

En resumidas cuentas, todo lo positivo que nos aporta este Festival Publicatessen es mucho tanto a nivel profesional como personal, y la Universidad de Valladolid puede mostrar con gran orgullo esta oportunidad que ofrece cada año a sus alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas y PEC. El objetivo fundamental es mejorar y crecer cada año para posicionarnos como referente nacional en un futuro (esperamos) muy próximo.

## 11. Propuestas de mejora

Basándonos en nuestra experiencia personal a lo largo de estos cuatro años viviendo Publicatessen tanto como asistentes, concursantes y finalmente organizadoras, proponemos a continuación una serie de ideas que consideramos ayudarían a la mejor gestión del evento y hacia una perspectiva en varios casos, más ecológica.

- a) **Organización de una reunión informativa previa a la creación de departamentos.** A pesar de que se nos advierte que la organización del evento es más dura de lo que a priori pueda parecer, mucha gente se embarca en el proyecto sin ser plenamente consciente de lo que ello conlleva y, como resultado, los departamentos terminan reduciéndose conforme pasa el tiempo. No es tanto una cuestión de cantidad como de calidad: quien se comprometa debe cumplirlo hasta el final; por ello, sería útil realizar una primera reunión en la que se ofreciera a los alumnos una guía realista y algo más desarrollada de tareas, con un calendario general que les ayude a formarse una mejor idea de todo el proceso.
- b) **Obligatoriedad de memorias.** También en relación con el anterior apartado, el objetivo fundamental de las memorias es que haya una mayor disponibilidad de información para todos. Una vez terminado el festival y dentro de un plazo razonable, los coordinadores y subcoordinadores deberían redactar unas memorias con los datos e incidencias más relevantes de cada departamento. De este modo, no estaríamos construyendo Publicatessen desde cero cada año, sino que ya tendríamos de los cimientos básicos. Los profesores que nos acompañan durante la organización dejarían de tener que enseñar lo mismo cada año, los estudiantes dejarían de cometer los mismos errores en cada promoción y, en definitiva, se ganaría más tiempo para hacer crecer al festival.
- c) **Renovación de la identidad visual corporativa de Publicatessen.** Un buen diseño ayudaría a la marca a ser percibida como tal. Obviando el hecho de que entre alumnos sería más aceptado; un logotipo más profesional y que de verdad proyecte nuestras capacidades es lo primero en lo que se fijarían las agencias,

escuelas creativas y patrocinadores con los que establezcamos relación, mejorando así nuestra imagen corporativa y, probablemente, abriéndonos más puertas en el futuro.

**d) Fomento de la visibilidad de Publicatessen.** Trabajando en la presencia de marca de una manera más regular y continuada, este objetivo debería enfocarse desde tres niveles:

- Local. Crear convivencia con el nombre dentro de la propia universidad, estando Publicatessen presente en iniciativas durante todo el año, sin desaparecer una vez termina el festival.
- Nacional. Promover la colaboración de otros centros en la categoría “Interuniversidad”.
- Internacional. Elegir estudiantes Erasmus que ejerzan de embajadores de marca en sus distintos destinos, no solo con la finalidad de generar visibilidad y participación, sino también ejemplo a seguir.

**e) Aumentar la importancia del Departamento de RSC.** Dedicar más tiempo a este tipo de acciones supondría, además de otra oportunidad de llevar los conceptos estudiados a la práctica, una excelente motivación y mayor cantidad de oportunidades para crear acciones que contribuyan a crear la presencia e imagen de marca anteriormente mencionadas.

**f) Digitalización de la entrega de piezas.** Con el objetivo de agilizar y hacer más cómodo el proceso. Por ejemplo, a través de Wetransfer, que ofrece un servicio gratuito y fácil de usar con el que se podrían enviar piezas pesadas sin perder calidad. Obviando el valor añadido que le da el hecho de ser la opción más ecológica, supone una ventaja tanto para concursantes como organizadores: los primeros no tendrían que gastar ningún dinero ni esfuerzo en preparar los sobres, CDs y desplazarse hasta el punto de entrega; y los segundos, no tendrían que pasarse todo el día de recogida de piezas esperando por la gente en el aula correspondiente. Además, aporta exactitud al plazo de entrega al quedar registradas las horas de las transferencias.

- g) Profesionalización del jurado.** O, en su defecto, inclusión de más fases de decisión, que ayudasen al festival a que no se repitan situaciones de plagio y problemáticas como las que tuvimos que enfrentar en esta Edición. Si cada categoría dependiera de los votos de más profesores/as o profesionales, no solamente el resultado sería más justo, sino que sería más fácil detectar posibles plagios o similitudes con piezas ya existentes y que dieran lugar a posteriores controversias.
- h) Renovación o mejora del sistema de venta de entradas.** No solo aplicable a las entradas de Gala y Cóctel, esta medida evitaría que se formaran colas demasiado largas en el Ágora, además de evitar incidentes de que la gente intente colarse
- i) Aprovechamiento de la “Fase 2” como espacio extra.** Cuando el Campus María Zambrano disponga de salón de actos, el posible aforo aumentará. Sin renunciar al espacio ya disponible en la antigua Escuela de Magisterio, usando éste como refuerzo, podrían ampliarse e impartirse jornadas simultáneamente en ambos salones. De esta forma, muchos más alumnos tendrían acceso a más charlas, además de poder decantarse por una temática preferida. Todo ello a falta de solventar qué se haría con respecto a la noche de Gala y priorizando, en este caso, el aprendizaje de los estudiantes en las jornadas.

## Referencias

Allende García, S., Alarcón Calzado, M. (2018). *Organización y gestión del departamento de Jornadas X edición del Festival Publicatessen*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España. Recuperado de:  
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/852/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=Publicatessen>

BOCYL (2013). Resolución de 11 de abril de 2013, del Rector de la Universidad de Valladolid, por la que se acuerda la publicación del reglamento sobre la elaboración y evaluación del trabajo de fin de grado. *Boletín Oficial de Castilla y León*, nº 78, pp. 27266-27273.

Cebada Garrido, S. (2017). *Planificación del Festival Publicatessen: objetivos y resultados del Departamento de Jornadas*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España. Recuperado de:  
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/852/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=Publicatessen>

Fernández-Ríos, L. (2010). Interdisciplinariedad en la construcción del conocimiento: ¿más allá de Bolonia? *Innovación educativa*, nº 20, pp. 157-166.

Festival Publicatessen (2017-2018). Recuperado de:  
<http://festivalpublicatessen.com/> Fecha de consulta: 21 de noviembre del 2018.

Núñez-Cansado, M., López López, M<sup>a</sup> A., Sebastián Morillas, A. (s.f.). El perfil del consultor de neuromarketing en la formación de grado de la universidad española. DOI: 10.17013/risti.n.pi-pf

Pérez, Araújo, C. (2017). *Departamento de Protocolo en la “IX Edición del Festival Publicatessen”*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España. Recuperado de:

<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/852/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=Publicatessen>

Prieto Abarquero, L. (2018). *Departamento de Gala de la IX edición de Publicatessen*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/852/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=Publicatessen>

Yanes Albuerno, L. (2018). *Departamento de Comunicación. IX edición festival Publicatessen 2017*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/852/browse?type=subject&order=ASC&rpp=20&value=Publicatessen>

## Anexos

### I: Programa completo del X Festival Publicatessen

CREATIVIDAD Y DISEÑO: Lunes 12	INNOVACIÓN DIGITAL E INFLUENCER: Martes 13	EVENTOS Y EXPERIENCIAS: Miércoles 14	MUCHO MÁS Y MASTERCLASS: Jueves 15
<p><b>9:00 - 9:30</b> <b>ACREDITACIONES</b></p> <p><b>9:30 - 10:00</b> <b>PRESENTACIÓN</b></p> <p><b>10:00 - 11:00</b> "Con chinos y a lo loco" Cristina Montero (directora de cuentas) Carlos Gómez (director creativo) <b>SAATCHI &amp; SAATCHI</b></p> <p><b>11:00 - 11:30</b> <b>COFFEE BREAK</b></p> <p><b>11:30 - 12:30</b> "La creatividad del futuro: Cómo afectará la evolución tecnológica" Agus Scob (director creativo) <b>EL DESPACHO DE KOTLER</b></p> <p><b>12:30 - 13:30</b> "El diseñador como agente de cambio" Ángeles Espinosa (director de arte) Marta Martín (ex - alumna) <b>DB MAESTRO</b></p> <p><b>13:30 - 14:30</b> <b>MESA REDONDA PUBLICATESSEN</b></p> <p><b>TALLERES</b></p> <p>"Cocina de conceptos" Neomodificador de INSTASHOOT</p> <p>"El músculo creativo y los códigos visuales" Ángel Espinosa y Adrián Martín de DB MAESTRO</p> <p>"Cómo salvar tu trabajo. Y el mundo" Sam Riesgo (Freelance)</p>	<p><b>09:00 - 10:00</b> "El día que me enamoré de la publicidad" Hugo Gómez <b>LA CRIATURA CREATIVA</b></p> <p><b>10:00 - 11:00</b> "Marketing de influencia. Los nuevos líderes de opinión" Sergio Barreda (CEO) Francisco García (youtuber, digital pr) <b>KEEPER</b></p> <p><b>11:00 - 11:30</b> <b>COFFEE BREAK</b></p> <p><b>11:30 - 12:30</b> "Bailar pegados. Cómo no perder el paso en digital" Auzi Beres (directora social media) Jorge Toboana (director creativo) <b>LA DESPENSA</b></p> <p><b>12:30 - 13:30</b> "Creatives now" <b>ZINK</b></p> <p><b>13:30 - 14:30</b> <b>MESA REDONDA PUBLICATESSEN</b></p> <p><b>TALLERES</b></p> <p>"Pre - Portfolio Night" Zink (beca en taller)</p> <p>Design Thinking Parque Científico Uva (concurso en taller)</p> <p><b>Horarios de los talleres</b> <b>2 TURNOS</b> 16:30 - 18:30 H. / 18:30 - 20:30 H.</p>	<p><b>09:00 - 10:00</b> "PosDATA: Te quiero" Jaime Quintana <b>DIVISADERO</b></p> <p><b>10:00 - 11:00</b> "Eventos como herramienta de comunicación" Áncel Bilbao (CEO) <b>BEON WORLD WIDE</b></p> <p><b>11:00 - 11:30</b> <b>COFFEE BREAK</b></p> <p><b>11:30 - 12:30</b> "Eventos experienciales" Ana Herrero Veasco (consumer account director) Luis Hernández (account manager) <b>EDELMAN</b></p> <p><b>12:30 - 13:30</b> "Del Vicente Calderón al Wanda Metropolitano" Alberca Castellanos (general manager) <b>ENGINE AGENCY</b></p> <p><b>13:30 - 14:30</b> <b>MESA REDONDA PUBLICATESSEN</b></p> <p><b>TALLERES</b></p> <p>"Cómo destacar en el mundo laboral sin morir en el intento" Amanda Solo de ROAMS</p> <p>"La importancia del concept o la hora de organizar un evento" Dani Ferrer de BEON WORLD WIDE</p> <p>"Marketing Science: Una nueva forma de conocer al consumidor" Elena Martín de SOCIOGRAPH</p>	<p><b>10:00 - 11:00</b> "El sexo en la publicidad" Jose María Mayorga (director creativo) <b>RK PEOPLE</b></p> <p><b>11:00 - 12:00</b> "Tenemos catorce pero aparentamos diez" David Adelantado (director de arte) Iñaki Díaz (director de cuentas) Alfred Pavía (director creativo) <b>SAPRISTI</b></p> <p><b>11:00 - 11:30</b> <b>COFFEE BREAK</b></p> <p><b>12:30 - 14:30</b> "Brodes like You" Aima Gomis (brother valencia) María García (creatividad digital brother madrid) Ana Benítez (brother barcelona) <b>MASTERCLASS BROTHER</b></p> <p><b>11:00 - 11:30</b> <b>COFFEE BREAK</b></p> <p><b>GRAN GALA</b> 19:00 H. (apertura de puertas)</p> <p></p>

Fuente: Perfil oficial de Facebook del Festival

(<https://www.facebook.com/publicatessen/>)

II: Cartel utilizado para el casting de presentadores/as



**CASTING  
PRESENTADORES  
Y PRESENTADORAS**

**Martes 14 nov**  
**18 - 20h**

**Miércoles 15 nov**  
**16 - 18h**

**Aula 111**

Interesados escribir a:  
[gala@festivalpublicatessen.com](mailto:gala@festivalpublicatessen.com)  
-Solo alumnos de 4º-

 PUBLICATESSEN

Fuente: Perfil oficial de Facebook del Festival

(<https://www.facebook.com/publicatessen/>)

### III: Entradas para la Gala y Cóctel

**Festival Publicatessen**  
X Edición

**GALA**  
15 de marzo 2018  
19:00 horas

zona    butaca    fila

Teatro Juan Bravo

TEATRO JUAN BRAVO  
Diputación de Segovia

#10AñosEnamoradoDeLaPublicidad  
PUBLICATESSEN

**Festival Publicatessen**  
X Edición

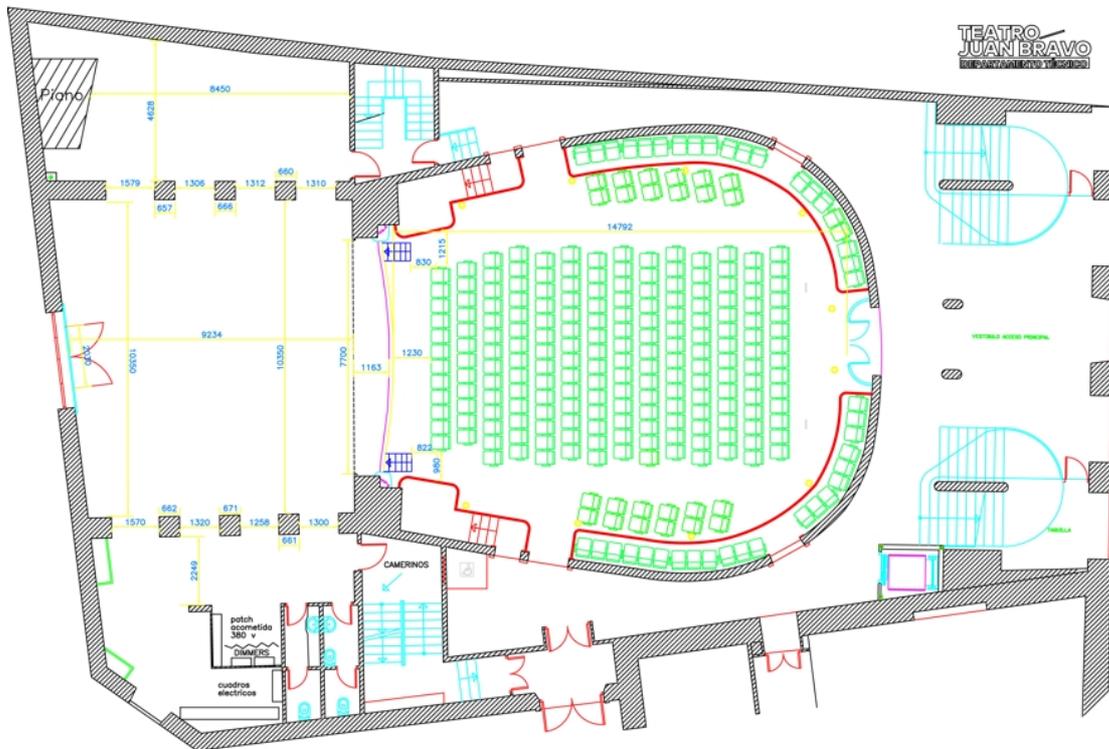
**COCKTAIL**  
15 de marzo 2018  
21:30 horas

Convento de Mínimos  
Calle Valdeaguila, 7

Diputación de Segovia

#10AñosEnamoradoDeLaPublicidad  
PUBLICATESSEN

#### IV: Distribución del teatro



Fuente: Teatro Juan Bravo (<http://www.teatrojuanbravo.org/datos-tecnicos>)

V: Cartel utilizado para el casting de azafatos (realizado por Protocolo y diseñado por el Dpto. de Arte)



Fuente: Perfil oficial de Facebook del Festival  
(<https://www.facebook.com/publicatessen/>)

## **VI: Aforo**

Grupo Gali elaboró para el Festival Publicatessen un extenso plan de emergencias una vez estudiada la capacidad del Restaurante Convento de Mínimos. Jesús David Ponga y Sara Prendes contactaron con Carlos Miguelsanz Herrero, ingeniero técnico industrial de Gali Prevención para poner en marcha el plan. Se estableció en el contrato que Jesús David sería Jefe de Emergencia (JE) y Jefa de Intervención (JI) Cristina Garzón. Estos puestos deben fijarse para tener responsables legales en caso de que surgiera alguna incidencia, pero en nuestro caso no hubo ningún problema y todo el evento se desarrolló con normalidad.