

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

CURSO 2019-2020

XII EDICIÓN FESTIVAL PUBLICATESSEN

Junta Directiva

Autoras:

Tamara Hermo Arias

Paula Rubio Ramos

Ángela del Río Bozalongo

Tutora: Marian Núñez Cansado

SEGOVIA, JULIO 2020

Índice

1. Memoria Individual	4
1.1. Introducción	4
1.2. Elección del tema	5
1.3. Desarrollo	6
1.4. Competencias adquiridas	8
1.5. Dificultades y adversidades	10
1.6. Conclusiones	11
2. Introducción	12
2.1. Historia de Publicatessen	12
2.2. XIIª Edición del Festival	14
3. Justificación del tema	15
4. Marco Teórico	16
5. Metodología empleada para el desarrollo	28
5.1. Organigrama XIIª Edición	36
5.1.1. Departamento de Audiovisuales	36
5.1.2. Departamento de Comunicación	37
5.1.3. Departamento de Diseño	41
5.1.4. Departamento de Gala	42
5.1.5. Departamento de Jornadas	44
5.1.6. Departamento de Patrocinio	45
5.1.7. Departamento de Protocolo	46
5.1.8. Departamento de Responsabilidad Social Corporativa	46
5.1.9. Departamento de Tardecitas	47
5.2. Junta Directiva	47
5.2.1. Funciones de la Junta Directiva	49

5.3. Problemas y soluciones Crisis COVID-19	50
6. Conclusiones	58
7. Bibliografía	60
ANEXOS	62

1. Memoria Individual

1.1. Introducción

A continuación, voy a explicar de una manera individual este documento adjunto que he realizado como presidenta de la XIIª Edición del Festival Publicatessen. Es un informe individual complementario al Trabajo Fin de Grado realizado con mis compañeras Paula Rubio Ramos y Ángela del Río Bozalongo, integrantes de la Junta Directiva de la XIIª Edición del Festival Publicatessen, Paula como vicepresidenta y coordinadora de departamentos y Ángela como secretaria de la Junta Directiva.

En él voy a explicar la elección del tema del Trabajo Fin de Grado, el desarrollo del mismo, las competencias adquiridas y las dificultades y adversidades que han tenido lugar en estos meses de trabajo, en conclusión, mi vivencia personal durante esta maravillosa experiencia que es Publicatessen.

1.2. Elección del tema

Desde que en el primer curso del Grado supe de la existencia del Festival Publicatessen supe que, de una manera u otra, quería formar parte de ello. Año tras año fui implicándome más, yendo a las jornadas, siendo azafata en la gala, asistiendo a los múltiples eventos que hacían... Y supe que en cuarto quería ser partícipe de esto desde dentro y si podía ser siendo la presidenta. Finalmente, y gracias al apoyo de mis compañeros de promoción pude conseguirlo, por lo que para mí participar en la organización del Festival Publicatessen fue un sueño hecho realidad, por lo que realizar mi Trabajo Fin de Grado plasmando toda mi experiencia, cada detalle, errores y aciertos cometidos para que se tengan en cuenta para futuras ediciones ha sido como anillo al dedo.

Para mí las memorias que realizaron mis compañeros de años anteriores me han servido de gran ayuda a la hora de consultar dudas o simplemente saber cómo era la dinámica del festival en un momento determinado porque sabía que podía recurrir a estos documentos y eso daba mucha tranquilidad.

Tanto mis compañeras Ángela y Paula como yo tuvimos claro desde el primer momento que si podíamos ayudar a las futuras generaciones de Publicatessen a hacer una mejor edición con nuestra experiencia lo íbamos a hacer y esta es una manera idílica de conseguirlo.

1.3. Desarrollo

Publicatessen da comienzo con el principio del curso académico en el Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid en Segovia. Lo primero que se realiza es organizar una reunión informativa con nuestros profesores coordinadores que son Marian Núñez y Alberto Martín en la que nos explican lo que es el festival y la implicación y actitud que deberíamos tener desde el primer momento. Después de esta explicación se pregunta quienes quieren formar parte de la Junta Directiva del festival, tanto para la presidencia como para el resto de los puestos que son: Tesorería, Secretaría y Vicesecretaría. En esta edición hubo tres candidatas a presidencia y otras tres que querían formar parte de la junta, pero sin optar al puesto de presidenta. Cuando nos levantamos las 3 candidatas procedimos a presentarnos para que todos los asistentes a la reunión afirmativa nos conociesen para la posterior votación.

En los días posteriores las seis organizamos unas elecciones democráticas con una urna cerrada situada en el Ágora de la universidad donde los alumnos iban pasando a ejercer su derecho a voto y tras el escrutinio quedaba conformada la Junta Directiva de la edición, siendo conformada por Tamara Hermo (presidenta) Sara Sierra (vicepresidenta; abandonó la organización posteriormente por problemas personales), Paula Rubio (coordinadora de departamentos y comunicación interna), Ángela del Río (secretaria) y Cristina Cordero (vicesecretaria).

Una vez que ya existía la Junta Directiva se procedió a la organización de una reunión con todas las personas que estaban interesadas en formar parte de la presente edición. En ella explicamos las funciones de cada departamento y cada asistente se apuntaba en el departamento que estuviese más interesado y, posteriormente, se produjo la votación de los coordinadores y subcoordinadores.

Cuando ya están conformados todos los departamentos es en el momento que la máquina empieza a funcionar. Se elige una temática y un logotipo de la edición, se comienzan a hacer los trámites con la Delegación Territorial y Hacienda para realizar el cambio de Junta Directiva, se reserva el teatro Juan Bravo para la gala y, lo más importante, se necesitan establecer unas fechas fijas para la realización de las jornadas y la gala para que todos los departamentos puedan empezar a trabajar con plazos y tener un ritmo marcado.

La temática elegida para la duodécima edición ha sido “I Want to Brie-fing: de la risa a la tragedia publicitaria”, por lo que todos los departamentos lo tuvieron en cuenta a la hora de ambientar todas sus acciones para que tuviesen consonancia con el tema. Para comenzar con el trabajo la realización de reuniones fue de vital importancia. Todavía se estaba entrando en la dinámica del festival, de trabajar con un equipo con el que no estábamos acostumbrados e incluso con gente que no conocías, por lo que desde la junta queríamos que la comunicación fluyese lo máximo posible para poder empezar a dividir tareas y proponer acciones. Es muy importante antes de plantearse llevar a cabo cualquier acción es la viabilidad de la misma, tanto a nivel económico como a nivel de infraestructura y permisos.

La Junta Directiva es un departamento más, aunque jerárquicamente somos las que estamos en la cúspide del festival. Nosotras nos encargamos de la coordinación y supervisión de los 9 departamentos de Publicatessen, por nosotras tienen que pasar todas las acciones que se lleven a cabo para dar su aprobación o, por el contrario, desestimarlos. Desempeñamos una labor muy importante porque si en algún momento hay algún problema tanto dentro como fuera del festival somos las personas que tenemos que resolverlo teniendo un papel conciliador para el buen funcionamiento de Publicatessen, ardua tarea con un equipo de 80 personas.

Lo que sí que me gustaría dejar claro es que, a pesar de las distinciones de cargos que tiene que haber en el festival nosotras no ejercemos una distinción de cargos. Siempre nos hemos considerado una persona más en la organización y realizábamos cualquier tipo de trabajo.

1.4. Competencias adquiridas

La participación en el Festival Publicatessen es voluntaria y está destinada a los alumnos del cuarto curso de Publicidad y RRPP y también a los del PEC de Publicidad y RRPP y Turismo. Publicatessen es una muy buena oportunidad para poner en valor todos esos conocimientos tanto teóricos como prácticos aprendidos durante los cuatro años de Grado que en mi caso han sido los siguientes:

- **Trabajo en equipo:** la gran afluencia de miembros de Publicatessen en esta edición ha hecho que mejore mucho más mi implicación en un grupo de trabajo, la empatía para ponerse en el lugar del resto para entender sus problemas y necesidades. Además, ha sido un reto porque durante todo el tiempo que dura el Grado estamos acostumbrados a trabajar con unas personas determinadas y esto nos ayuda a salir de nuestra zona de confort.
- **Resolución de problemas y comunicación de crisis:** al ser parte de la Junta Directiva del festival asumes una gran responsabilidad ante el resto del equipo. Somos un grupo muy numeroso con personalidades y formas de ser muy diferentes por lo que, en algún momento, han ocurrido ciertos problemas y es responsabilidad de la Junta Directiva el solucionarlos con la mayor brevedad y menor daño posible. Lamentablemente este año hemos tenido que ser el gabinete de crisis del festival ante la crisis del COVID-19 comunicando que Publicatessen se posponía.
- **Liderazgo:** al estar liderando un equipo de más de 80 personas he aprendido a ser más ágil a la hora de tomar decisiones, de valorar los puntos negativos y positivos de cada toma de decisiones y también a transmitir la información de una manera más clara y concisa al ser la voz de todo el equipo.
- **Capacidad de gestión del equipo y del tiempo:** saber gestionar los departamentos y la información entre los miembros de cada uno de ellos es una labor vital que forma parte de la Junta Directiva. Además, la variable temporal es muy importante para que todo salga de manera correcta porque Publicatessen es una carrera a contrarreloj constante.

- **Capacidad de comunicación:** hay que hacer llegar el mensaje correcto tanto dentro como fuera del festival. La comunicación es la herramienta más importante que hay que tener en cuenta porque sin ella el buen desarrollo del festival no sería posible.

1.5. Dificultades y adversidades

A lo largo del festival nos hemos ido encontrando con diversas dificultades y adversidades. Que enumeraré a continuación:

- Falta de implicación del equipo. Hay personas que tienen formas diferentes de vivir la experiencia que supone formar parte de Publicatessen. Al igual que en un trabajo hay personas que muestran más implicación y compromiso que otras. Cada persona es libre de vivir esta experiencia como lo desee, pero sí es verdad que trabajar con alguien que tiene una baja implicación acaba siendo un poco complicado en determinados momentos.
- Distribución del tiempo. Compaginar la organización del festival y los estudios con la vida personal en muchas ocasiones es muy complicado. Es una gran responsabilidad formar parte de la Junta Directiva de Publicatessen y ya sabes de antemano que vas a tener muy poco tiempo libre y que vas a tener que aprender a aprovecharlo al máximo, pero esto forma parte de la experiencia de aprendizaje que te aporta el festival.
- Agentes externos al festival. Durante el desarrollo de la edición habrá adversidades que estén fuera de tu control. Un ejemplo de estas adversidades ha sido el cierre por no tener licencia de La Floresta y la adversidad por excelencia de esta edición ha sido el COVID-19, variable que claramente no se puede controlar.

Todos estas dificultades y adversidades en el momento producen mucho estrés e incertidumbre, pero luego te crean un gran bagaje que puedes aplicar a tu futura vida laboral.

1.6. Conclusiones

Después de todos estos meses de trabajo y de la realización de este Trabajo Fin de Grado puedo sacar las siguientes conclusiones:

Ser parte de la organización y más concretamente de la Junta Directiva de la XIIª Edición del Festival Publicatessen ha sido una gran oportunidad que me ha brindado el Grado. Se que me ha servido como entrenamiento para la salida inmediata al mercado laboral. Me ha ayudado a crecer tanto en lo personal como en lo profesional, a saber realmente quién soy, cuáles son mis capacidades y mis límites. No voy a mentir diciendo que ha sido un camino de rosas, pero se que el esfuerzo, la constancia y el trabajo se han visto reflejados en una edición que va a tardar mucho en ser olvidada.

Publicatessen me ha ayudado a conocerme más a mi misma y a conocer a las personas que tenía a mi alrededor, para lo bueno y para lo malo. Solo puedo suscribir unas palabras que dijo Marian Núñez al principio de Publicatessen y fueron que *“habrá personas con las que pensabais que nunca ibais a congeniar y con otras que ya lo hacíais y que dejaríais de hacerlo”* y la verdad que no puedo estar más de acuerdo con ella. Doy gracias a Publicatessen por descubrirme con quién sí, con quién no y con quién nunca. Es una experiencia que voy a recomendar a todas las personas que me pregunten acerca de ello y diré con mucha convicción que formar parte de la duodécima edición del Festival Publicatessen ha sido como un regalo que no voy a olvidar nunca.

2. Introducción

El principal objetivo del presente documento es realizar un análisis y una memoria detallados acerca del trabajo realizado durante la XIIª Edición del Festival Publicatessen, desarrollándose durante el curso académico 2019-2020 en el Campus María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid.

Con el tema de la XIIª Edición “**I Want to Brie-fing: de la risa a la tragedia publicitaria**” se presenta una iniciativa docente de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Esta iniciativa permite a los alumnos de la facultad poder poner en práctica las competencias adquiridas durante los estudios universitarios. Siendo un simulacro del futuro profesional en el mercado laboral.

2.1. Historia de Publicatessen

La Asociación Publicatessen, es una organización sin ánimo de lucro, encargada de organizar un festival de publicidad (Festival Publicatessen) y todas las actividades que se llevan a cabo durante toda la edición. Esta organización está conformada por los alumnos del 4º curso de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid (UVa) en el Campus María Zambrano de Segovia y los alumnos de 4º y 5º año del Programa de Estudios Conjuntos de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo.

Publicatessen, es un festival universitario que organiza diversas actividades del ámbito de la publicidad, las relaciones públicas, la comunicación y el marketing. El festival nace como prolongación de "*La Semana de Publicidad*", una iniciativa única en el campo universitario español hace más de 15 años.

Esta continuidad del festival vino de la mano de la cuarta promoción del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la facultad en el curso académico 2009-2010, quienes decidieron formalizar las actividades que llevaban a cabo y crear un festival universitario, con el fin de otorgar una mayor importancia al acto y de esta forma asegurar la continuidad de este.

La organización del festival se compone de una división jerarquizada en 9 departamentos y una junta directiva. La duodécima edición ha sido compuesta por la VII Promoción del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y por la II Promoción del Programa de Estudios Conjunto del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y del Grado de Turismo.

Del mismo modo, este proyecto está apoyado desde el profesorado de la facultad, siendo ellos la principal ayuda para el alumnado.

- Profesora coordinadora del Festival Publicatessen: Marian Núñez Cansado.
- Profesor subcoordinador del Festival Publicatessen: Alberto Martín García.
- Profesor coordinador del departamento de Audiovisuales: José Antonio de Miguel.
- Profesor coordinador del departamento de Diseño: Alberto Martín García.
- Profesores coordinadores del departamento de Comunicación: Alberto Martín García y Manuel Pacheco (prensa).
- Profesora coordinadora del departamento de Gala: Cristina Vela.
- Profesores coordinadores del departamento de Jornadas: Marian Núñez Cansado y Alberto Martín García.
- Profesora coordinadora del departamento de Patrocinio: Marian Núñez Cansado.
- Profesor coordinador del departamento de Protocolo: Lara González Díaz.
- Profesora coordinadora del departamento de RSC: Marian Núñez Cansado.
- Profesora coordinadora del departamento de Tardecitas: Marian Núñez Cansado.

Al mismo tiempo, la organización está respaldada por la institución Universitaria por parte el Vicerrectorado, con el apoyo del vicerrector, Agustín García Matilla y del Decanato, con la ayuda de la decana Marta Laguna García.

El motor del Festival Publicatessen es la esencia que impregnan los estudiantes que reside en su espíritu juvenil y renovado que aporta a organización de la misma, el continuo cambio, la renovación y evolución del festival hace de este, un punto de referencia académicamente.

Con cada edición, el festival logra una mayor repercusión mediática, y del mismo modo, aumentando la participación tanto de los colaboradores y patrocinadores como por parte de los alumnos, permitiendo al festival, de este modo, crecer año tras año.

Pese a esta evolución, Publicatessen, ha conservado el espíritu universitario, profesional y el espíritu publicitario que caracteriza a cada promoción, generando un sentimiento de pertenencia entre la organización y el festival.

A la duodécima edición nos precede 11 ediciones cargadas de éxitos, aquí destacamos las últimas 4 ediciones con sus temáticas:

- XI Edición: "La Metamorfosis Publicitaria: De crisálida a mariposa".
- X Edición: "X años enamorados de la Publicidad".
- IX Edición: "Digitivity".
- VIII Edición "Insight you".

2.2. XIIª Edición del Festival

En el curso 2019-2020 se celebra la duodécima edición de Festival Publicatessen, la cual cuenta con el lema: **"I Want to Briefing: de la risa a la tragedia publicitaria"**, en torno a dicho tema giró la edición. Dicho tema fue seleccionado el 18 de octubre 2019 tras la realización de una votación de los temas propuestos por el alumnado de la promoción y tras proclamarse como tema vencedor superando en votos a las otras 13 propuestas como fueron "The future is now" y "Las 12 de la Publicidad" las cuales quedaron en segundo y tercer puesto respectivamente.

La XIIª edición del festival coincide con el 25 aniversario de la realización del evento como tal, llamando entonces "La Semana de la Publicidad" cuya primera edición por título "El humor en la publicidad" por lo que se utiliza este tema como punto de unión con esa primera celebración.

Tanto el tema de la edición como el logotipo oficial del mismo fueron elegidos de forma democrática, con una votación abierta entre los alumnos de 4º curso de Publicidad y Relaciones Públicas y 4 y 5º año de Programa de Estudios Conjuntos (PEC). Siendo Yanira Melero, Laura Pueyo, Irene Pulido, Raquel Sainz y Blanca Solla como ganadoras con su propuesta del tema. Y a Pablo Ruiz Suso con su propuesta de logo como ganador. Todos premiados en la gala final con un Acuetrucho.



Imagen 1. Festival Publicatessen (2020). Logo XIIª Edición. Recuperado el 10 de marzo de 2020 del archivo de Publicatessen.

La celebración de la XII Edición del Festival Publicatessen estaba planteada para llevarse a cabo entre los días 23 al 26 marzo de 2020, como broche final al trabajo realizado durante los 6 meses previos. Pero tras la crisis del coronavirus (COVID-19), se pospuso la fecha al 26 y 27 de mayo para la realización de las jornadas y al 19 de junio para la gala.

3. Justificación del tema

El Festival Publicatessen, como indicamos previamente, se organiza íntegramente por los alumnos y alumnas del 4º curso del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y los alumnos del Programa de Estudios Conjuntos de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo. Por este motivo, es oportuno utilizar dicho tema para la elaboración de nuestro Trabajo de Fin de Grado, puesto que, nos permite forjar y afianzar todas las experiencias adquiridas a lo largo de los años de universidad y durante la celebración del festival.

Desde que entras en la facultad, Publicatessen es un referente, tanto por las actividades que realizan como por la experiencia que, generaciones anteriores, recomiendan encarecidamente vivir antes de que finalice tu etapa universitaria.

El objetivo principal de este proyecto es formalizar y materializar de una forma más profesional las competencias adquiridas durante los años de estudio del grado. Atendiendo a la Adaptación del Plan Bolonia del Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas establecido según el Real Decreto 1393/2007 en su versión 2 del año 2009, se ha establecido una tabla en la que se hace referencia, por un lado, a las competencias que propone dicha

adaptación y, por otro lado, el refuerzo de dichas competencias realizado por el Festival Publicatessen.

La realización de Publicatessen tiene una gran importancia para nosotros porque ayuda a cerrar nuestro ciclo de formación aplicando todos los contenidos teóricos y prácticos demostrando todas las competencias adquiridas en el grado, sirviendo de complemento gracias a las ponencias y talleres que se realizan durante esa semana con profesionales de la comunicación, la publicidad, los eventos, el marketing y las relaciones públicas. Además, ayuda a conocer realmente lo que es la creatividad publicitaria y sirve, no solo para los alumnos que estén participando en su organización, sino que también sirve de descubrimiento y de formación complementaria a todos los alumnos de los diferentes grados de la facultad.

4. Marco Teórico

Tras realizar la justificación de nuestro tema del trabajo fin de grado, vamos a describir las competencias que se adquieren demostrando que la organización del Festival Publicatessen tiene cabida dentro del plan académico del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Esto está respaldado por los siguientes motivos:

Primeramente, decir que, según la Declaración de Bolonia de 1999:

“Las instituciones europeas de enseñanza superior califican de vital importancia la independencia y autonomía de las universidades garantizan la constante adecuación del sistema de enseñanza superior y de investigación a las necesidades y exigencias de la sociedad y del conocimiento científico”. (Declaración Bolonia, 1999:2).

A continuación, detallamos las competencias del grado con su adaptación al Declaración Bolonia (columna de la izquierda) comparándolas con el refuerzo de competencias que supone la realización de Publicatessen (columna de la derecha) según el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su versión 2 del año 2009.

Tabla 1.

Competencias generales atribuidas al Festival Publicatessen.

COMPETENCIAS GRADO (Grado Adaptación Bolonia) (Reforzadas por la participación en el Festival Publicatessen)	REFUERZO DE COMPETENCIAS QUE SUPONE LA REALIZACIÓN DE PUBLICATESSEN
COMPETENCIAS GENERALES	
<u>COMPETENCIAS INSTRUMENTALES</u>	
(CG-1) Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado.	Durante la preparación del festival, el alumnado se encuentra en continuo contacto con el sector de la publicidad y de las RRPP, poniendo en práctica las habilidades obtenidas durante el estudio del grado, teniendo en cuenta los recursos teóricos obtenidos.
(CG-2) Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	La celebración del festival y la preparación previa que este implica, acerca a los alumnos a la realidad del sector publicitario, pudiendo poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas, ayudando a desarrollar la capacidad profesional. Se pone en práctica la aplicación de los conocimientos con el trabajo de realización de las jornadas, la gala y con todas las actividades pertenecientes a los diferentes departamentos del festival.
(CG-3) Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.	Para comenzar con la preparación del festival nos reunimos con parte de la Junta Directiva de la edición anterior para poder analizar y recopilar la información, los fallos

	<p>y las acciones más relevantes realizadas en ediciones pasadas y así poder empezar con nuestra edición. A posteriori, nos reunimos toda la junta directiva para determinar el plan de acción para la comunicación al resto de integrantes de cómo se iba a llevar a cabo.</p>
<p>(CG-4) Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p>	<p>La Junta Directiva del festival, se encarga de ser punto de enlace entre todos los departamentos. Los encargados de transmitir ideas, dar solución a problemas y a apoyar a los departamentos. La comunicación interdepartamental era diaria.</p> <p>Asimismo, se ha adquirido la capacidad de gestión de crisis y de solución de problemas, ya que, debido a la crisis del COVID-19, la Junta Directiva tuvo que tomar decisiones y transmitir la información de una forma correcta tanto a la organización del festival como al público general. Reforzando de esta manera las competencias adquiridas por los alumnos en el aula.</p>
<p>(CG- 5) Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>	<p>Llevar a cabo el Festival Publicatessen, tiene como motivación principal el acercamiento al ámbito laboral, pudiendo poner en práctica todo lo aprendido durante los 4 años del grado.</p> <p>Realizando unas prácticas profesionales, ya que la realización del festival es un ejemplo del trabajo real. Pudimos aprender a trabajar en coordinación, el liderazgo, la comunicación de crisis, gestionar papel</p>

	burocrático y una mayor capacidad de elección en la toma de decisiones.
(CG-6) Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional.	Se ha fortalecido la capacidad crítica del alumnado. El departamento de la Junta directiva ha aprendido y ha puesto en práctica la capacidad de crítica a la hora de organizar un festival. Teniendo muy en cuenta la importancia de ser una asociación responsable socialmente, incluyendo en la organización del festival tanto a hombres como a mujeres dando así igualdad de oportunidades al alumnado.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.

Competencias específicas atribuidas al Festival Publicatessen.

COMPETENCIAS GRADO (Grado Adaptación Bolonia) (Reforzadas por la participación en el Festival Publicatessen)	REFUERZO DE COMPETENCIAS QUE SUPONE LA REALIZACIÓN DE PUBLICATESSEN
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
<u>COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES</u>	
(CE-1) Conocimientos fundamentales de comunicación.	Se ha adquirido la capacidad de comunicación, ya que, los alumnos han tenido que trabajar de la mano de profesionales, instituciones y entre la propia organización del festival. Adquiriendo así capacidades comunicativas y relacionales. La coordinación de todos los participantes en la organización del festival ha sido una

	<p>forma de puesta en práctica lo aprendido durante las clases. Ya que a se ha tenido que lidiar con problemas internos, externos, malentendidos, se han tenido que cancelar eventos. Durante todo ello, la comunicación interdepartamental ha sido continuada, priorizando a la hora de tener reuniones con la coordinación de cada departamento.</p>
<p>(CE-2) Capacidad para asumir el liderazgo.</p>	<p>Durante la celebración del festival, la Junta Directiva, ha ido aprendiendo a gestionar a 80 personas, adquiriendo un mayor liderazgo a la hora de toma de decisiones y transmisión de información, consiguiendo gestionar eficientemente las situaciones. Desde el primer momento, la principal función del departamento ha sido poner voz a los alumnos encargados de la creación y organización del festival, así como la coordinación entre ellos.</p>
<p>(CE-3) Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.</p>	<p>La XIIª Edición del Festival Publicatessen ha tenido que aprender a esquivar, controlar y adaptarse a continuos cambios en la organización del festival. El principal problema con el que se ha tenido que lidiar es con la <i>Crisis del Coronavirus</i>, hecho, que hizo que el festival se tuviera que detener. Este hecho, junto a otras situaciones, ha hecho que el alumnado desarrolle una capacidad para atender e interpretar al entorno, y según este, actuar en un sentido determinado.</p>

<p>(CE-4) Conocimiento del entorno.</p>	<p>Tras haber estudiado cuatro años en la ciudad de Segovia, resultó sencillo entender y estudiar el entorno donde se desarrollaba el festival. Asimismo, el apoyo que recibe la organización por parte de las autoridades locales hace más sencillo la organización y el desarrollo de actividades, tales como: la búsqueda de patrocinadores y la comunicación con la prensa.</p>
<p>(CE-5) Capacidad para la creatividad y la innovación.</p>	<p>En el primer momento en que se comenzó a organizar el festival, se decidió crear una edición que rompiera con lo establecido en ediciones previas, por lo que, a partir de las acciones realizadas otros años, se desarrollaron creando nuevas acciones como la “Bienvenida al curso con Publicatessen”, la celebración de las Campanadas en el ágora de la universidad, la creación de un nuevo departamento... Además, la crisis del COVID-19 nos ha obligado a la innovación de nuevos formatos y a la utilización de estos para las jornadas y para la gala para poder seguir realizando el festival. Estas plataformas han sido UVa Eventos y las emisiones en directo de nuestro canal de YouTube.</p>
<p><u>COMPETENCIAS PROFESIONALES</u></p>	
<p>(CE-7) Capacidad y habilidad de atención al cliente.</p>	<p>La relación que se ha tenido durante el desarrollo del festival con el cliente ha sido muy estrecha y continuada. El público</p>

	<p>objetivo principal al que se dirige el festival, son los alumnos de la propia universidad, por lo que se ha intentado tener una continua relación con ellos desde diferentes puntos. Principalmente desde el departamento de comunicación, punto de unión entre el target y la organización. Las redes sociales del festival han estado en continuo funcionamiento desde el primer día de la edición. Allí hemos ido resolviendo dudas a todas las personas que así lo hayan requerido. A través de esta plataforma se ha anunciado la celebración de eventos, charlas, ponencias... En todo momento nuestro correo electrónico está abierto para atender cualquier tipo de duda o sugerencia y para dar cualquier tipo de atención al público.</p>
<p>(CE-14) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.</p>	<p>Desde el primer momento, se ha intentado crear un engagement con el público muy fuerte. Para ello, desde el departamento de Comunicación de la mano con la Junta Directiva, se diseñó un plan de comunicación que se ajustara a las características del target y del festival. Se plantearon una serie de objetivos a cumplir. Se empleó durante todo el festival un lenguaje muy cercano, intentado acercar la organización al target, asimismo se intenta crear una imagen profesional, para acercar a festival al mundo laboral.</p> <p>Todo ello ha sido la clave, para que</p>

	<p>durante la XIIª Edición la comunicación fuera un éxito. También se ve reflejado en la metamorfosis creativa que se lleva a cabo con la transformación del concepto del tema de la edición aplicándolo a los diferentes actos, como pueden ser las jornadas y la gala, buscando siempre dar ese giro creativo del mensaje.</p>
<p><u>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</u></p>	
<p>(CE-19) Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.</p>	<p>El trabajo que lleva a cabo la Junta Directiva del festival es la conexión directa entre la organización y el entorno con el que se relaciona. Este entorno se divide en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instituciones públicas como son el Ayuntamiento de Segovia o la Diputación Provincial de Segovia. 2. Con los diferentes estamentos de la Universidad de Valladolid, como son el Vicerrectorado, Decanato, personal administrativo, trabajadores del campus y profesores de las diferentes titulaciones ofertadas. 3. Patrocinadores y colaboradores que participan con el festival. 4. Profesionales del sector al través de las diferentes actividades que se realizan durante todo el año. 5. Alumnos. Aquí entrarían los propios miembros del festival y todo nuestro target al que nos queremos dirigir con todas nuestras acciones.

<p>(CE-20) Capacidad para trabajar en equipo.</p>	<p>La comunicación interdepartamental e interna es una de las principales competencias adquiridas por la junta directiva, ya que se ha trabajado de una forma profesional con amigos y compañeros. La capacidad de trabajar entre más de 80 personas es complicada, pero, cuando más liderazgo íbamos adquiriendo el trabajo en equipo ha ido mejorando, consiguiendo así una relación muy fuerte. La organización está dividida en una Junta Directiva que es la que se encarga de coordinar a los diferentes departamentos (9 en total). Estos departamentos tienen coordinador, subcoordinador y tercero de abordaje que son los que coordinan al resto del equipo, por lo que tiene que haber una gran comunicación entre los diferentes integrantes.</p> <p>En definitiva, desde Publicatessen se prima para que todo el mundo trabaje unido independientemente de la función que tenga o del departamento que formen parte.</p>
<p>(CE-22) Preparación para asumir el riesgo.</p>	<p>La XIIª edición del Festival Publicatessen, decidió apostar muy alto a la hora de organizar el propio festival, desde la creación de eventos hasta la organización de jornadas y gala. Conociendo la situación en la que se situaba en festival, el alumnado se mentaliza para todas las posibles situaciones que se podían llevar a</p>

	<p>cabo, teniendo ya prediseñados diferentes planes de actuación alternativos al plan principal. La Junta Directiva forma un gabinete de comunicación de crisis para cualquier eventualidad que pueda ocurrir. El mejor ejemplo en esta edición ha sido el tratamiento de la crisis del COVID-19, además también tendríamos que dar la cara ante cualquier imprevisto con algún patrocinador, autoridad, institución o persona a la que nuestra organización pudiese afectar de alguna manera.</p>
<p>(CE-24) Saber gestionar el tiempo.</p>	<p>Al trabajar por primera vez al nivel profesional, fue muy necesario que se establecieran una serie de pautas para poder gestionar el tiempo de la mejor forma. Porque el trabajo del festival es consecutivo y debe ir pasando de departamento en departamento. Para poder gestionar esto, se estableció un orden:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un Briefing: desde el departamento encargado de desarrollar la actividad se creaba un briefing para el resto de los departamentos donde se explicaba la acción y lo que se necesitaba. 2. Establecimiento de un timing: se creaba un calendario donde se plasmaba los días de entrega de pieza o envío a imprenta, los días de subida a redes sociales... 3. Comprobación: días antes del envío

	<p>o publicación de las piezas se realizaba una reunión para comprobar que todo estaba organizado, dando tiempo a posibles cambios en caso de error.</p>
<p>(CE-25) Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad.</p>	<p>La Junta Directiva ha trabajado y aprendido a equilibrar el liderazgo, la comunicación interna, la toma de decisiones con una amplia libertad de decisión, amplificando así la responsabilidad del departamento.</p>
<p>(CE-26) Capacidad para la gestión económica y presupuestaria.</p>	<p>Uno de los puestos de la Junta Directiva, es la Tesorera, encargada de la creación de presupuesto, la toma de decisiones económica y la que establece límites en cuanto a los temas económicos se refiere. La Junta Directiva ha aprendido a organizar un festival dentro de un presupuesto establecido y delimitado, sabiendo establecer unos límites y teniendo una fuerte capacidad crítica y de elección a la hora de toma de decisiones que implican un gasto de dinero.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, el Festival Publicatessen hace que se pueda aplicar a la sociedad los estudios, porque, entre otras cosas, la organización de este festival hace que, las personas que estamos dentro tengamos un primer contacto con el mundo laboral y profesional. Esto se debe a que nosotros trabajamos durante 6 meses con la misma metodología con la que lo haremos al acabar nuestros estudios, lo que nos permite tener un contacto más directo con la realidad que nos espera una vez terminados los estudios.

Por otra parte, en la declaración anteriormente citada, también se recogen una serie de objetivos a conseguir, los cuales se obtienen con las actividades desarrolladas en las universidades, por lo tanto, también en Publicatessen.

“El título otorgado al final del primer ciclo será utilizable como cualificación en el mercado laboral europeo”. (Declaración Bolonia, 1999: 3) Publicatessen complementa y desarrolla todos los conocimientos que se han ido aprendiendo durante el grado, lo que hace que ayude a adquirir las diferentes competencias consiguiendo que los alumnos y alumnas que participamos en dicho festival estemos preparados para la salida al mercado laboral.

“Los créditos también pueden adquirirse en otros contextos, como la formación permanente, siempre que estén reconocidos por las universidades receptoras en cuestión”. (Declaración Bolonia, 1999: 3).

Publicatessen es una actividad que está reconocida académicamente ya que los alumnos y alumnas nombrados a continuación obtienen por su participación su reconocimiento en créditos ECTS:

- Junta directiva: 3 ECTS.
- Coordinadores/as de departamentos: 2 ECTS.
- Subcoordinadores/as de departamentos: 1 ECTS.

Declaración Bolonia defiende para los estudiantes: “el acceso a oportunidades de estudio y formación, y a servicios relacionados”. (Bolonia, 1999: 3) el Festival Publicatessen es una actividad que sirve para complementar la formación impartida en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, permitiendo el acceso de los estudiantes al mundo laboral al tener contacto directo con el entorno profesional para su organización. Asimismo, el Festival Publicatessen es una buenísima oportunidad para que todos los alumnos que deciden disfrutar del festival siendo espectadores. A lo largo de la semana que dura la ejecución del festival, el público aprende gran cantidad de contenidos que están relacionados con el Grado gracias a grandes profesionales en el ámbito mediante clases magistrales y talleres prácticos. Esto hace que se obtenga como resultado una gran actividad con un gran provecho desde personas en el primer curso del grado hasta aquellas que están cursando el último curso.

“La promoción de las dimensiones europeas necesarias en la enseñanza superior, sobre todo en lo que respecta al desarrollo curricular, colaboración interinstitucional, planes de movilidad y programas integrados de estudio, formación e investigación.” (Declaración Bolonia, 1999: 2)

Durante la organización del festival, la organización establece lazos con varias instituciones, como pueden ser la Diputación Provincial de Segovia, el Ayuntamiento de Segovia o empresas de diferentes sectores, tanto de dentro de la ciudad como de fuera. Esto hace que realmente seamos conscientes de la importancia que tiene saber cómo comunicar y cómo es la comunicación con dichas instituciones, que, como ya hemos comprobado, el trato es diferente con cada una de ellas.

La experiencia que nos otorga dirigir la Asociación Publicatessen y organizar la duodécima edición del Festival Publicatessen hace que nos preparemos para vivir la sociedad actual como trabajadores, asimismo de ser un aliciente motivándonos en el desarrollo de nuestras propias capacidades y también dotándonos de nuevos conocimientos que hace que se fomente el crecimiento personal y la confianza en uno mismo.

Por último, hay que destacar la magnitud de Publicatessen ya que no se encuentra, en ningún otro punto de España algo parecido, siendo algo exclusivo del Campus María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid.

5. Metodología empleada para el desarrollo

Como indicamos con anterioridad, el festival está organizado íntegramente por los alumnos y alumnas del Campus María Zambrano en Segovia, coordinados por diferentes profesores y profesoras del mismo campus, que nos orientan durante la organización del festival. Este, se organiza de la mano de la promoción saliente del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y la 2ª Promoción del P.E.C.

La organización comenzó en septiembre con el inicio del curso y durante todo el año académico se llevan a cabo diversos eventos y actividades apoyadas por la Asociación y organizados por los departamentos que lo forman.

En octubre, con el comienzo de la edición, se lleva a cabo la selección de la Junta Directiva del festival: en primer lugar, se realiza una reunión inicial junto a los profesores encargados de la coordinación del festival, con los estudiantes que quieren formar parte de la organización, así como formar parte de la Junta Directiva. En esa reunión, se presentaron candidatas las personas que querían ser presidentas de la edición. En este caso se presentaron Paula Rubio, Sara Sierra y Tamara Hermo. En esta reunión se preguntó qué personas les interesaba formar parte de la Junta Directiva, ya que las presentadas para presidencia no eran suficientes para conformar la Junta Directiva. En ese momento se presentaron candidatas para formar parte de la Junta Directiva Marina Vela, Cristina Cordero y Ángela del Río.

Para decidir el organigrama final de la Junta Directiva, se llevó a cabo una votación democrática el 1 de octubre de 2019 en el Ágora de la universidad. En esta votación se permitía elegir a todos los alumnos y alumnas matriculados/as en cuarto de Publicidad y RRPP y también los que estuvieran en 4º año del Programa de Estudios conjuntos. El voto era anónimo y único por persona; si apareciera algo que no fuera el nombre de las candidatas el voto resultaría nulo. Todo ello controlado por el alumnado.

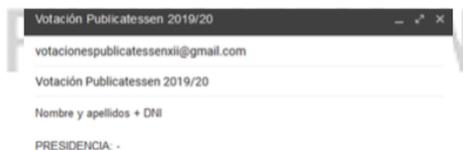
Para facilitar el proceso de elección se imprimieron unas simples instrucciones donde indican el proceso a seguir por los alumnos, del mismo modo, los días previos se envió un mensaje al alumnado para explicarles el proceso de votación.

- Es **obligatorio** llevar el DNI para poder votar.
- El voto será para **PRESIDENCIA**
- El voto es **personal e intransferible**, es decir, no se podrá delegar en otra persona.
- El horario de voto presencial se dividirá en dos turnos a lo largo del martes **1 de octubre**, el primero de **10h a 14h** y el segundo de **16:00h a 19:30h**.
- El punto de voto presencial se localizará en el *ágora* de la universidad.
- Se votará *una sola vez* por persona.
- Se procederá al recuento de votos a las **20:00** en el aula *014*.

En el caso de las votaciones por correo:

- El asunto del correo ha de ser: **Votación Publicatessen 2019/20**.
- No se recogerán correos más tarde de las **19:30h** del mismo martes 1 de octubre.
- Este formato de voto es exclusivo para alumnos que se encuentren realizando becas *Erasmus, Sicue*, o alumnos en *prácticas*.
- El correo al que tendrán que ser enviados los votos será: **votacionespublicatessenxii@gmail.com**

El correo deberá contener **nombre, apellidos, DNI y el voto** (tal y como se detalla la imagen).



CANDIDATAS A PRESIDENCIA:	- PAULA RUBIO
	- SARA SIERRA
	- TAMARA HERMO

Imagen 2. Festival Publicatessen (2020). Información para el proceso de votación. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.



Imágenes 3 y 4. Festival Publicatessen (2020). Votaciones para la presidencia de la XIIª Edición del Festival Publicatessen. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

Del mismo modo, para él mismo modo para los alumnos que no se encontraban en Segovia puesto que disfrutaban de una Beca Erasmus, SICUE o prácticas externas, se le facilitó un

correo electrónico para poder realizar su derecho a voto. Una vez finalizada la votación se procedió al recuento de votos.

Con una participación del 58% de los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones públicas (un total de 122 votos recibidos) se concluye con la formación de la Junta Directiva de la siguiente forma:

- Presidenta de la XII edición del festival: Tamara Hermo.
- Vicepresidenta de la XII edición: Sara Sierra.
- Coordinadora de departamentos y comunicación interna: Paula Rubio.
- Tesorera: Marina Vela.
- Secretaria: Ángela del Río.
- Vicesecretaria: Cristina Cordero.

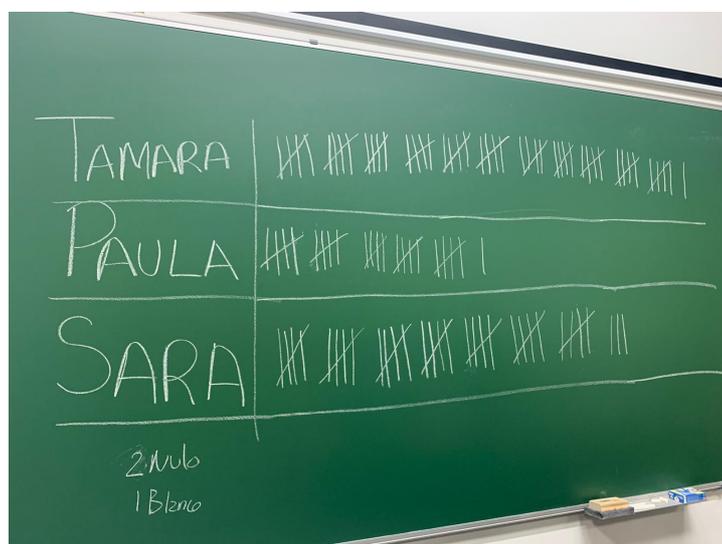


Imagen 5. Festival Publicatessen (2020). Resultado de la votación para la presidencia de la XIIª Edición del Festival. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

En la XIIª edición de Publicatessen han participado 88 personas, organizados todos en diversos departamentos. El festival se divide en 9 departamentos más la Junta Directiva. Durante esta edición se consideró necesaria la creación de un nuevo departamento: Departamento de Audiovisuales.

Para la división de los departamentos, se realizó una reunión con los 88 alumnos que deseaban formar parte de la organización del festival, teniendo lugar el día 7 de octubre de 2019 y en la que se presentó de forma oficial a la Junta Directiva y se procedió a la explicación de los diferentes departamentos y de cada una de sus funciones.

Una vez explicados, se realizó una reunión por departamentos en las que los integrantes de cada uno de ellos votaban de forma democrática a sus coordinadores.

- La organización de los departamentos se divide en el coordinador/a, subcoordinador/a, tercero/a de abordaje y el resto de los integrantes. La división de la XIIª Edición del Festival Publicatessen quedó distribuida de la siguiente manera:

1. Departamento de Audiovisuales

Coordinadora: Fuensanta Mazón Gil

Subcoordinador: Iván Blaya Gimenez

Tercero de abordaje: Marta Torner Amigo

2. Departamento de Comunicación

Coordinadora: Ana Rodríguez Rojas

Subcoordinadora: Laura Marrero Díaz

Tercera de abordaje: Natalia Tejera Castellano

Yanira Melero Gómez

Nadia Hidalgo Arias

Silvia Segovia Romero

3. Departamento de Diseño

Coordinador: Pablo Ortega Regidor

Subcoordinadora: Gema Vázquez Camargo

Tercera de abordaje: Cristina Montesinos Gil

Alba Valín Buján

José Manuel Rodrigo Garzón

Álvaro Yagüe Quirce

Juan Arcos Díez

Andrés Pérez González

Lucía Rodríguez Simón

Luisa Celeste Ferrer Lebrón

4. Departamento de Gala

Coordinadora: Emma Marcos Sánchez

Subcoordinadora: Irene García Ruiz

Tercera de abordó: Alicia Míguez Alonso

Mireia Mollà Galvany

Raquel Saiz López

Sara Fernández Moreno

Ana María Cobas Mondragón

Celia Rodríguez Galindo

Celia Puerta Vega

Claudia Alexandra Dranga

Héctor Hernández García

Carmen García Sánchez

Ana Vacas Domínguez

Raúl Portero Lozano

Rafael Montojo Sánchez

5. Departamento de Jornadas

Coordinadora: María Gómez Fernández

Subcoordinadora: Laura Martínez Prado

Tercero de abordó: Mikel Busselo Furundarena

Ángela Castiello Lubián

Alba de Paz Mulero

Belén Álvarez Fariñas

Carmen Francés Pardo

Laura Pueyo González

Lorena Capellán Martín

María Álvarez Rodríguez

Paula Salazar Santamaría

Sara Aguilera Sueiras

Sara Antona Fernández

6. Departamento de Patrocinio

Coordinador: Pablo Escorial Pérez

Subcoordinadora: Leyre de Pedro Rodríguez

Tercera de abordó: Yolanda Robles Lineiras

María Montero Brumos

Álvaro Muñoz Jiménez
María Angels Remola Capo
Lucía Campanera Machiarelli
Marta del Carmen Cidfuentes Quintana

7. Departamento de Protocolo

Coordinadora: María Molinuevo Ruiz
Subcoordinadora: Sofía Hofmeyer Prieto
Tercera de abordó: Silvia Pinto Prieto
Isabel Muñoz Lanchas
María Río Pérez
Belén Bombín Escudero
María Martos Del Campo
Ana Gabriela Pérez Mateo

8. Departamento de Responsabilidad Social Corporativa

Coordinadora: Daniela Flor Ararat
Subcoordinadora: Ekaterina Atanasova Bozinova
Tercera de abordó: Andrea Río Álvarez
Álvaro Carrasco Hidalgo

9. Departamento de Tardecitas

Coordinadora: Blanca Pavón Mouteira
Subcoordinadora: María Cores Vázquez
Tercera de abordó: Elena Mateos Mateos
Alba Díaz Moreno
Natalia de Pablo Sáez
Alba Franco Carrasco
Carmen Villegas de la Huerga
Elías Arias Más
Alberto Caballero Moreno
Lucía Cabello León

Tras la reunión, la junta, los coordinadores y subcoordinadores de cada departamento se reunieron para hablar sobre el funcionamiento del festival. Asimismo, se recalcó la necesidad de comunicación entre los diferentes departamentos. Posteriormente, se creó un drive grupal donde todos los coordinadores comenzaron a subir sus documentos y poder ver el progreso del resto de departamentos. También se creó un grupo de *WhatsApp* para poder estar en contacto.

Se les entregó a cada coordinador y subcoordinador un sobre que recogía las contraseñas de los correos de **IONOS by 1&1**, que es la empresa que los gestiona. Se utilizan para todo lo referente al festival, como mandar todos los correos a empresas, ponentes... Cabe destacar que al departamento de Comunicación se les facilitó las contraseñas de las redes sociales de años previos para que pudieran cambiarlas y comenzar a trabajar.

Estas contraseñas fueron previamente cambiadas por la Junta directiva del festival desde el correo principal. Los correos electrónicos de los departamentos son los siguientes:

Tabla 3.

Correos de los departamentos.

Departamento de Audiovisuales	audiovisuales@festivalpublicatessen.com
Departamento de Comunicación	comunicacion@festivalpublicatessen.com
Departamento de Diseño	arte@festivalpublicatessen.com
Departamento de Gala	gala@festivalpublicatessen.com
Departamento de Jornadas	jornadas@festivalpublicatessen.com
Departamento de RSC	social@festivalpublicatessen.com
Departamento de Patrocinio	patrocinio@festivalpublicatessen.com
Departamento de Protocolo	protocolo@festivalpublicatessen.com
Departamento de Tardecitas	noche@festivalpublicatessen.com tardecitas@festivalpublicatessen.com

Fuente: Elaboración propia.

5.1. Organigrama XIIª Edición

En el *ANEXO I* de documento se puede ver de forma gráfica la organización de la XIIª Edición del Festival Publicatessen.

5.1.1. Departamento de Audiovisuales

Consideramos adecuado crear en esta edición el departamento de Audiovisuales porque es necesaria la división de carga de trabajo para el departamento de Diseño, puesto que, en ediciones anteriores, era este departamento el encargado de realizar todos los archivos audiovisuales necesarios para el festival, desde vídeos para redes sociales como vídeos de jornadas.

Otro de los motivos que nos impulsaron a formar este departamento, fue la idea de llevar a cabo un documental de Publicatessen, en el que se mostrasen todas las actividades que realiza el festival desde el principio hasta final el final de la edición. Asimismo, nos resultaba interesante crear un vídeo recopilatorio de todo lo que realiza cada departamento, pudiendo ayudar a futuras ediciones.

El fin principal de este documental es poder utilizarlo como vídeo promocional del Festival Publicatessen para futuras ediciones, tanto como para ponentes, como para patrocinadores.

Las funciones principales de este departamento son:

- Generar contenido para diferentes departamentos, como es el caso de Patrocinio, para lo que tuvieron que crear un vídeo promocional. (¿Qué es Publicatessen?)
- Grabar contenido audiovisual durante los eventos organizados tanto por RSC como por Tardecitas, para después colgarlo en las RRSS en IGTV o publicaciones.
- Crear un documental con todos los documentos gráficos recopilados durante la edición.



Imagen 6. Festival Publicatessen (2020). Evento “Bienvenidos a Publicatessen”. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

Los responsables de este departamento se encargan de todo lo relacionado con los archivos audiovisuales. Desde la creación de los guiones a seguir durante los eventos, hasta la preparación de los planos, la grabación del audio e imagen y el posterior montaje.

Se recomienda que las personas que decidan participar en este departamento sean muy comprometidas y tengan ciertos conocimientos de grabación, tanto de imagen como de sonido y de edición con Premiere.

Los integrantes podrán pedir ayuda a José Antonio de Miguel, *Técnico de Grado Medio de Audiovisuales*.

5.1.2. Departamento de Comunicación

El departamento de Comunicación es el encargado de presentar Publicatessen al exterior. Se encarga del cuidado de las relaciones con el público objetivo del festival: estudiantes de la universidad, profesores o trabajadores, pero también debe llamar la atención a marcas, anunciantes y agencias, para que deseen formar parte del festival. Este departamento también se encarga de gestionar todas las publicaciones en redes sociales, crear contenido y publicar lo que otros departamentos requieran, como, por ejemplo, anunciar la venta de entradas o información de eventos.

Durante esta edición el festival el departamento se ha dividido en 5 grandes bloques, y aunque cada persona tiene una función principal, todas participaban en todo y colaboraban entre ellas.

1. Coordinación: Laura y Natalia, se han encargado durante todo el festival de organizar el calendario de todos los eventos y acciones de los departamentos. Su función principal se focaliza en reunirse con los coordinadores y gestionar las fechas y los objetivos de los eventos, es decir, que deseaban transmitir. También elaboraron un plan de comunicación para cada acción, asegurándose así el máximo éxito en la difusión del mensaje. Posteriormente, se reunían y creaban una idea para transmitir el mensaje.
2. Instagram: Natalia fue la encargada de llevar la cuenta de Instagram. Su función principal fue organizar la escaleta de publicaciones y crear los copys. Una vez que recibía las gráficas o vídeos de Diseño o Audiovisuales se subían. Le dimos total

libertad a la hora de crear contenido porque creemos que es la mejor forma de trabajar. Uno de los ejemplos de contenido fue un ranking de los mejores anuncios que se realizó durante las vacaciones de Navidad para generar contenido en nuestras redes sociales.

	INSTAGRAM COPY + GRÁFICA	TWITTER COPY + GRÁFICA	FACEBOOK COPY + GRÁFICA	WEB COPY + GRÁFICA + DOCUMENTOS	WHATSAPP COPY	
LUNES	Hoy, 25 de noviembre es el Día de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer queremos recordar a las 51 mujeres asesinadas en este 2019. Desde Publicatessen, condenamos cualquier violencia contra la mujer y damos nuestro apoyo a todas aquellas que están sufriendo o hayan sufrido cualquier tipo de maltrato. Aquí os dejamos las dos piezas ganadoras de nuestro concurso. Gracias a todas las personas que han participado y ¡¡¡HORRORRABUENHA a las ganadoras!!!	RSC: Hoy 25N, queremos recordar a las 51 mujeres asesinadas en este 2019. Desde Publicatessen, condenamos cualquier violencia contra la mujer y damos nuestro apoyo a todas aquellas que están sufriendo o hayan sufrido. Esta es la pieza gráfica ganadora de nuestro concurso. Esta es la pieza audiovisual ganadora de nuestro concurso.		¡Ya tenemos con nosotros a las ganadoras del concurso de las piezas publicitarias del Día de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer! 25 de noviembre es el Día de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer y desde Publicatessen queremos dar el apoyo a todas las mujeres que han sufrido o estén sufriendo cualquier tipo de maltrato. Queremos dar la enhorabuena a todas y todas las que habéis participado en este concurso.	¿Momento dulce? ¿Date un respiro entre tanto estudio? ¡El día 26 de noviembre tenemos una cita con Publicatessen! para disfrutar de nuestra chocolatada con unos buenos churros por tan solo 2€/1€ esperamos en la primera planta del campus, al lado de las máquinas expendedoras, entre las 11:00 y las 13:00" y durante la tarde de "17:00 a 19:30"	
MARTES						
MÉRCOLES	¡¡Somos publicitarias pero esta cesta no necesita campaña porque se vende SOLA!! Los días 26 y 27 estaremos en el Ágora de 10:00-13:00 y de 17:00-19:30 vendiendo tickets a 1€. Queremos agradecer enormemente a todos los patrocinadores por su colaboración en esta cesta de Navidad.	Somos publicitarias pero esta cesta no necesita campaña porque se vende SOLA!! Los días 26 y 27 estaremos en el Ágora de 10:00-13:00 y de 17:00-19:30 vendiendo tickets a 1€. Queremos agradecer a todos los patrocinadores por su colaboración en esta cesta de Navidad.	¡¡Somos publicitarias pero esta cesta no necesita campaña porque se vende SOLA!! Los días 26 y 27 estaremos en el Ágora de 10:00-13:00 y de 17:00-19:30 vendiendo tickets a 1€. Queremos agradecer enormemente a todos los patrocinadores por su colaboración en esta cesta	¡Estáis preparados para conocer la cesta de Navidad más original, espectacular y variada? Publicatessen 2020 tiene el plan perfecto para esas navidades. Empezamos por la comida, elemento que no puede faltar en nuestras cenas. Por ello, en los entantes encontráis paté de cochinillo de La Roca, seguido de un surtido de chorizos de La Chigalla, junto con queso y legumbres de Alimentos de Segovia. Los	¡Atención!! Los días 26 y 27 de noviembre entre las 11:00 y las 19:00 se va a celebrar en el Ágora el mercadillo solidario que todos esperamos. Todos los beneficios que se conajen irán destinados a las protectoras de animales de Segovia. Probablemente encontréis alguna canica, así que... ¡animados y vend a	
JUEVES						
VIERNES	¡Demos visibilidad a quien no la tiene! Bajo este lema queremos animaros a participar en nuestro amigo VISIBLE. Los días 2 y 3 de diciembre estaremos en el Ágora de 10:00-13:00 y de 17:00-19:30 recogiendo el nombre de la amiga visible. El coste será de 1€ y los días 11 y 12 repartiremos todas estas fusiones. Por todos los beneficios irán destinados a la fundación (equitar). Para más colaboración visita www.cancercenter.org . Hagamos visibles a los más invisibles.	Por 1€ podrás participar en nuestro amigo VISIBLE para darle visibilidad a quien no la tienen. Días 2 y 3 de 10:00 a 13:00 y de 17:00 a 19:00 para entregarlos. Días 11 y 12 se repartirán. Todos los beneficios irán destinados a la FEPPNC.	¡Demos visibilidad a quien no la tiene! Bajo este lema queremos animaros a participar en nuestro amigo VISIBLE. Los días 2 y 3 de diciembre estaremos en el Ágora de 10:00-13:00 y de 17:00-19:30 recogiendo el nombre de tu amiga visible. El coste será de 1€ y los días 11 y 12 repartiremos todas estas fusiones.			
SÁBADO	Aquí os dejamos varias de las fotos del Vermo. Muchísimas gracias a todas las personas que hicisteis posible que fuera todo un éxito. ¡Nos vemos en la próxima!		Aquí os dejamos varias de las fotos del Vermo. Muchísimas gracias a todas las personas que hicisteis posible que fuera todo un éxito. ¡Nos vemos en la próxima!		¿Os gustaría regalar solidaridad por tan sólo 1 €? Publicatessen 2020 quiere que los amigos sean visibles. Con el lema "Demos visibilidad a quien no la tiene". Podéis ayudar los días 26 y 27 de diciembre en el Ágora de la Universidad de 10:00 a 13:00 y de 17:00 a 19:30. Todos los beneficios irán destinados a los niños con cáncer, gracias a la Federación Española de Padres.	
DOMINGO	COPY HORMIGUERO: Algunas de nuestras chicas de Publicatessen asistieron el pasado jueves a @hormiguero: a conocer desde dentro el funcionamiento del programa. Queremos dar las gracias en especial a @edramonera por toda la ayuda prestada y también agradecer a la Diputación de Segovia por la bolsa de productos gastronómicos de la feria que fue entregada a la dirección del programa.	COPY HORMIGUERO: Algunas de nuestras chicas de Publicatessen asistieron este jueves a @hormiguero para conocer desde dentro el funcionamiento del programa. Gracias a la @edramonera por la bolsa de productos de la feria que se entregó a la dirección del programa.				

Imagen 7. Festival Publicatessen (2020). Escaleta Departamento de Comunicación. [Captura de escaleta de trabajo de Publicatessen]. (Segovia, 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

3. **Twitter:** Nadia, por su parte, se encargaba de la mano de Natalia de crear los copys que se iban a publicar. Ella era la encargada de la red social Twitter, dónde publicaba todas las acciones que se llevaban a cabo, interactuaba con ponentes, agencias y público en general.



Imagen 7. Festival Publicatessen (2020). Ejemplo contenido en RRSS. [Fotografía del departamento de Comunicación Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.
<https://twitter.com/publicatessen>

4. Web y YouTube: Se encargaron del mantenimiento y actualización de la página web intentando cambiar un poco el estilo tan sobrio de pasadas ediciones. También se ocupaban de la preparación del contenido para YouTube.
5. Prensa: Se decidió crear una subdivisión en el departamento que se encargase de una forma más directa de mantener el contacto con los diferentes medios. Se encargaban de la creación de notas de prensa y su posterior envío a todos los medios de la ciudad, de la preparación del esquema que deben seguir los discursos de la Decana, el Vicerrector y los miembros de Publicatessen que participen en las ruedas de prensa, la preparación de los dossieres informativos para los medios, la creación de las convocatorias, la preparación de las entrevistas en las diferentes televisiones a la Junta Directiva....

Este subdepartamento debe trabajar en coordinación con el departamento de Protocolo y de la Junta Directiva, de cara a la creación de las diferentes ruedas de prensa que tengan lugar durante toda la edición del festival.

En esta edición y gracias al departamento de Patrocinio tuvieron que crear contenido para el portal digital El Publicista quién publicó varios artículos sobre el festival y las jornadas.

Cuenta atrás para el Festival Publicatessen



14 DE FEBRERO DE 2020

La entrega de premios será en la gala del 26 de marzo en el Teatro Juan Bravo de Segovia

"Escuela creativa Brother" y "Eventos EDT" son las dos últimas categorías del Festival Publicatessen. Sumadas a las abiertas en el mes de enero (Cuña, Trucho imitación, Solidaridad FEDER y Jingle Pub Bow), el festival da por terminada las publicaciones de un total de 13 categorías.

Se puede encontrar toda la información en la [página web](#). Esta es una oportunidad única para todos los alumnos que pueden tener un primer contacto con el mundo de la publicidad.

El 11 de febrero se cierran las categorías de la primera tanda publicada: "Dupla Creativa", "Alimentos de Segovia", "Exalumnos", "Fotografía Publicitaria", "Trucho libre", "Fundación Caja Rural" e "Interuniversidad".

Desde la organización de Publicatessen se recuerda a los estudiantes el privilegio de tener este concurso y, por lo tanto, se les anima a participar y demostrar su talento.

Imagen 9. El Publicista (2020). Captura del artículo publicado en el portal informativo El Publicista [Figura]. Recuperado de <https://www.elpublicista.es/festivales-y-premios/cuenta-atras-para-festival-publicatessen>

Las personas que deciden formar parte de este departamento deben estar interesadas por las tecnologías, manejar el wordpress, RRSS... También deben estar disponibles continuamente para el público y para los departamentos porque son la cara más visible del festival. Sus funciones principales son transmitir todas las acciones que se vayan realizando por las redes sociales, crear contenido atractivo para el público objetivo, generar engagement, solucionar las dudas de los seguidores, estar en continuo contacto con los medios y crear la mejor imagen posible del festival hacia el exterior.

Las integrantes se apoyaron en el profesor Alberto Martín, quien les ayudó en la organización y gestión de todas las acciones. También contaron con el apoyo de Manuel Pacheco quién echaba una mano en las acciones relacionadas con los medios de comunicación.

Durante la celebración del festival surgieron diferentes problemas a solucionar. En primer lugar, se necesitó una reestructuración del departamento inicial, puesto que la coordinación no se estaba llevando a cabo de la manera más eficaz y causó problemas serios, como el no cubrir eventos del festival, enviar notas de prensa con errores como la fecha de la semana de las jornadas... Es muy necesario tener claras todas las fechas dónde se van a realizar los

eventos y también conocer todos los detalles de ellos porque son las que se encargan de su difusión.

5.1.3. Departamento de Diseño

Este departamento, junto al de Comunicación, son los que más trabajan durante el festival. Su función principal reside en realizar todas aquellas peticiones gráficas que sean requeridas por el resto de los departamentos como, por ejemplo:

- Diseño de cartelera para las acciones y eventos realizados por los diferentes departamentos.
- Preparación de los diseños para las bases de las categorías.
- Creación del diseño de *merchandising*.
- Diseño de los folletos de las jornadas y talleres, imágenes de los ponentes.
- Diseño de entradas de gala y contragala.
- Uno de los participantes de este departamento es el encargado de la creación de la bobina para la gala, que trabaja de la mano del departamento de Gala y Junta.
- Creación de filtros para el perfil del festival en Instagram.

El departamento de Diseño trabaja en coordinación de todos los departamentos, por lo que es muy necesario que mantengan una buena comunicación interdepartamental. De igual modo, para una mayor eficiencia del trabajo es necesario que lleven una escaleta y un calendario de trabajo muy marcados y fijados, quedando claro cuáles son los días de publicación, cuáles son las fechas de entrega y de cara a imprenta tener muy claras las fechas de envío, según el timing de impresión de la cartelera y los documentos.

El proceso de trabajo comienza cuando los coordinadores reciben un briefing donde hay toda la información sobre la acción o evento, aparece el calendario de entrega, los objetivos que se quieren lograr... Posteriormente se dividen los trabajos entre las personas del departamento creando propuestas y una vez realizadas se envían al departamento de destino. Una vez aceptado se envía a Comunicación para que puedan hacer su trabajo.

Brief Departamento de Diseño y Comunicación
Paellada

1. ¿En qué consiste el proyecto/evento/encargo?

Se trata de la tradicional Paellada de Publicatessen.

2. ¿Qué arte final se requiere?

- Cartel Redes Sociales
- Cartel Físico
- Entradas

3. Copy a incluir en el arte.

- Cartel Redes Sociales

Copy Diseño Cartel

- Paellada
- 21 de marzo de 2020
- 13:00 - 21:30
- San Pedro Abanto
- 8€
- Preventa de entradas: 11 de marzo
- Logos de patrocinadores: Destino, San Pedro Abanto, Mahou, Arteslete y Gramoña.

Copy Comunicación

- Explicar que los 8€ incluye autobús de ida y vuelta, una cerveza Mahou y paella.
- Y sino, por 2€ se podrá entrar a partir de las 17h al recinto.
- Además contamos con los mejores DJ's y varios sorteos.
- Se proclamará a los Reyes de Publicatessen.

Imagen 10. Festival Publicatessen (2020). Briefing del departamento de diseño. [Captura documento interno de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

Es interesante que a los integrantes de este departamento les guste mucho la edición en Photoshop y otros programas similares, que estén dispuestos a trabajar y se organicen muy bien porque el resto de los departamentos dependen de su trabajo. Si este equipo no funciona, el resto no puede trabajar.

Para apoyar el trabajo de este departamento contaron con la ayuda del profesor Alberto Martín. Además, si alguno lo necesitaba tienen a su disposición los ordenadores de la facultad para poder trabajar.

5.1.4. Departamento de Gala

El departamento de Gala se encarga de la organización y gestión de todo lo que engloba tanto la gala, como el cóctel de después de esta.

La gala conlleva, la gestión de las piezas presentadas, nominados, guion, Acuetruchos, parte técnica, escenografía y decoración.

El departamento de gala es uno de los departamentos más visibles del festival, ya que su trabajo es uno de los momentos más esperados del mismo. Aunque inicialmente parezca que el departamento no tiene mucho trabajo debe comenzar a moverse desde el comienzo, poniéndose en contacto con restaurantes de la ciudad que estén disponibles para llevar a cabo del cóctel, junto al Departamento de Patrocinio ponerse en contacto con patrocinadores que estén dispuestos a patrocinar alguna de las categorías de la edición.

Para la gala es necesario que tras la recogida de las piezas se elijan los nominados y ganadores de estas. Para ello hemos decidido continuar un año más con la tecnología de Sociograph. El siguiente paso es llamar a los nominados para informarles y reservar un sitio para ellos en la gala.

El cóctel consta de la contratación de un restaurante para la celebración del mismo, además de su posible decoración.

Esta edición, el festival ha contado con varios impedimentos como la imposibilidad de realizar el cóctel, ya que en un principio se acordó con el Hotel Las Sirenas el realizar el cóctel en una de sus salas y en el mes de diciembre nos comunicaron que no sería posible, tras esta noticia, el departamento comenzó a hablar con todos los restaurantes de Segovia con gran aforo, pero ninguno de ellos accedió ya bien por el presupuesto con el que contamos o porque el aforo no era suficiente.

Por lo que se buscó un plan alternativo, la posibilidad de obtener unos descuentos en la plaza mayor de Segovia y ambientar esta con un grupo de música unos *foodtrucks* y algo de iluminación. Se procedió a solicitar los correspondientes permisos al Ayuntamiento y la Diputación, pero fueron denegados por la pandemia que comenzó en marzo por el Coronavirus.

La gala estaba prevista celebrarse el día 26 de marzo, pero fue aplazada al 19 de junio debido a las medidas de seguridad tomadas por el Coronavirus, por lo que se decidió realizar una gala online y gratuita dividiéndola en dos partes. Por un lado, el 10 de junio se realizó un estreno en YouTube en el que salía la bobina con los nominados, mientras que el 19 de junio salían los ganadores.

Es recomendable que la organización del departamento esté marcada desde el inicio de la edición. Durante este año, el departamento quedó dividido en grupos muy marcados encargados de una función principal, este hecho, facilitó mucho la organización del departamento siendo cada uno de los integrantes encargados de un tema en concreto.

Las personas que decidan formar parte de este departamento deben ser personas muy meticulosas, creativas y que sepan gestionar las situaciones de crisis.

Como detalle, desde nuestro punto de vista la utilización del Sociograph como único medidor de las piezas ganadoras no es suficiente, consideramos que las piezas deberían ser previamente diferentes filtros, el primero de ellos que garantice el cumplimiento de todas las condiciones marcadas en las bases de la categoría y el segundo seleccionando las piezas que tengan una mayor calidad, y tras ello, llevar a cabo la medición del Sociograph.

5.1.5. Departamento de Jornadas

El departamento de Jornadas se encarga de la organización de las charlas y talleres de los cuatro días previos a la gala.

Estas jornadas se dividen en charlas y talleres, las charlas se imparten en el salón de actos de magisterio y las charlas se reparten entre el Palacio de Quintanar y clases del campus María Zambrano.

Jornadas se encarga también del contacto con los ponentes, junto con el departamento de Patrocinio los regalos a ponentes y decoración de los espacios a utilizar.

Durante esta edición se comenzó reservando el edificio Santiago Hidalgo (antiguo edificio de magisterio) para la impartición de las charlas y aulas de la universidad, el Palacio de Quintanar y la Floresta como lugar de emplazamiento para los talleres.

Tras esto, se comenzó a contactar con los posibles ponentes con tiempo para evitar y controlar posibles incidencias y poder cuadrar bien los horarios, comprar billetes, reservar hoteles, etc.

Este año, se contó con La Floresta no solo para impartir algunos talleres, sino para ofrecer unas ofertas de comida para los alumnos de jornadas y tener un sitio donde recibir a los ponentes para que pudieran dejar sus cosas y pasar allí tiempo si fuera necesario.

A principios de marzo recibimos la noticia de que este el edificio había sido denunciado por no contar con los permisos necesarios para su apertura y finalmente la policía cerró el local. Gracias a que el departamento había reservado aulas de más para los talleres, esto prácticamente no afectaría al festival.

Dichas ponencias y talleres estaban previstos realizarse la semana del 23 de marzo, las cuales fueron aplazadas debido a las medidas de seguridad tomadas por la crisis del Coronavirus. Se terminaron realizando de forma online y gratuita por la plataforma Eventos UVA los días 26 y 27 de mayo.

De cara a próximas ediciones es aconsejable que el departamento sepa manejar muy bien los tiempos, tener un cronograma muy marcado y cumplirlo, es necesario llevar una organización muy marcada y detallada, del mismo modo, consideramos necesario que desde la

coordinación del departamento se sepa delegar y dividir el trabajo entre los participantes del departamento.

5.1.6. Departamento de Patrocinio

Este departamento se encarga principalmente de conseguir financiación, patrocinios y colaboraciones para el festival, además de la elaboración del dossier de patrocinio.

El dossier fue elaborado de forma conjunta con el departamento de Diseño, guiándose por años anteriores e intentando mejorar lo máximo posible.

Tras la elaboración de este, y tras haber hecho un Excel con empresas para contactar con ellas, el equipo se dividió en dos, por una parte, empresas fuera de Segovia y por otro lado empresas de la ciudad. Procedieron a ponerse en contacto con todas las empresas para posibles colaboraciones o patrocinios.

Este año se han conseguido muchas colaboraciones y apoyos de empresas, aunque los patrocinios, sobre todo de categorías, han sido algo más complicados y escasos. Se han conseguido apoyos de grandes marcas como Pascual, EDT o la escuela creativa Brother.

Debido a la crisis ocasionada por el Coronavirus alguna marca se puso en contacto con el equipo para preguntar si el festival se cancelaría, puesto que si el festival no se llevaría finalmente a cabo se debería devolver la mercancía cedida por las marcas ya que ellos no obtendrían el beneficio acordado en el contrato.

Posteriormente se envió un correo a todos los patrocinadores en el que se detalla la situación en la que se encontraba el festival, la postura de continuar con el mismo, al mismo tiempo que se les agradeció la confianza en el equipo.

Desde el departamento de Patrocinio se estuvo manteniendo el contacto continuo con todos los patrocinadores, informándoles de las acciones llevadas a cabo por el festival. En el momento que se seleccionaron las nuevas fechas para celebrar las jornadas y la gala se informó de forma inmediata a los patrocinadores. Todos ellos decidieron seguir apoyando el proyecto hasta el final.

Es recomendable que las personas que decidan formar parte de este departamento tengan don de gentes, mucha paciencia y talante, deben saber gestionar sus sentimientos, ser empáticos y saber diferenciar cuales son los momentos idóneos para hablar con los patrocinadores. Consideramos importante que en próximas ediciones se conserven los patrocinadores más cercanos y posteriormente buscar más patrocinadores.

5.1.7. Departamento de Protocolo

El departamento de Protocolo es el que se encarga de mantener y regular las relaciones del festival con las autoridades e instituciones tanto de la universidad como de la provincia de Segovia y la Comunidad de Castilla y León. Es un departamento que está en plena consonancia con el departamento de Gala ya que durante la organización y posterior ejecución de ésta tienen que trabajar codo con codo. Anteriormente en el departamento de Gala había un subdepartamento de Protocolo, pero con los años se decidió separarlo porque el protocolo es muy importante y se tiene que considerar departamento.

Un ejemplo de sus tareas a realizar son los siguientes:

- Ordenación de las autoridades en la gala y en las jornadas.
- Ordenación de las autoridades en las ruedas de prensa.
- Ordenación de asistentes a la gala.
- Ejecución y envío de invitaciones a autoridades y patrocinadores para la gala.
- Personal auxiliar en la gala o cualquier otro evento que lo requiera.

5.1.8. Departamento de Responsabilidad Social Corporativa

El departamento de RSC es el que se encarga de la realización, durante todo el festival, de eventos e iniciativas solidarias o que tengan que ver con la responsabilidad social para promover la buena imagen del festival. Aunque no lo parezca es un departamento muy necesario y que este año ha gozado de mucho protagonismo gracias a las grandes iniciativas que propusieron sus integrantes. Además de todo esto eran los encargados de pensar iniciativas para días señalados en la sociedad como el Día contra el Cáncer o el Día Internacional de la Mujer. Este año nos propusimos ser lo más ecológicos posibles, por lo que también colocamos en cada evento diferentes bolsas para reciclar residuos.

Las iniciativas fueron las siguientes (ordenadas cronológicamente):

- Concurso del Día Internacional contra la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer. (25 de noviembre).
- Mercadillo solidario a favor de dos protectoras de animales de la provincia de Segovia. (28 y 29 de noviembre).
- Obra de teatro a cargo del grupo Paladio Arte en el Día Internacional de las personas con discapacidad. (3 de diciembre).

- Anónima soy yo (11 de marzo).
- Envío de cartas a la Residencia Hermanitas de los Pobres (11 de junio).

5.1.9. Departamento de Tardecitas

El departamento de Tardecitas es el que se encarga de la organización y realización de todos los eventos de ocio que tengan que ver con el festival. La finalidad que tienen es dar mayor visibilidad a Publicatessen y hacer que se conozca por algo más que no solo las jornadas y la gala y también se encarga de sacar fondos para la realización de este. Este año decidimos empezar la iniciativa de “Reyes de Publicatessen” mediante unas tarjetas de fidelización que eran selladas en cada evento realizado y, quien lograra tener más se convertirían en reyes del festival.

Las actividades que ha realizado el departamento este año son las siguientes (ordenadas cronológicamente):

- Fiesta de bienvenida a Publicatessen (24 de octubre).
- Fiesta de Halloween (29 de octubre).
- Primer vermut (23 de noviembre).
- Chocolatada (26 de noviembre).
- Cesta de Navidad (27 de noviembre).
- Amigo invisible solidario (2 y 3 de diciembre).
- Campanadas (17 de diciembre).
- Segundo vermut (15 de febrero).
- Fiesta “cada oveja con su pareja” (28 de febrero).
- Fiesta de la pizza (5 de marzo).
- Briefing exprés (propuesto para el 12 de marzo).
- Paellada (propuesto para el 21 de marzo).
- The Publicatessen Show y The Publicatessen Show DBT (1 de mayo).

5.2. Junta Directiva

La Junta Directiva salió como resultado de la primera presentación del Festival. Las 6 personas que, en un principio formaban parte de la Junta Directiva salieron de dicha reunión, presentándose de forma voluntaria para representar a los alumnos y al festival. Como no hubo una gran participación a la hora de formar parte de la Junta Directiva, se decidió únicamente

elegir democráticamente las figuras de: presidenta, vicepresidenta y coordinadora de departamentos.

Esta última figura se ha creado durante esta edición puesto que, tras leer memorias de años anteriores, nos dimos cuenta de la necesidad de la creación de una figura como esa, que se encargará de garantizar la mejor comunicación entre departamentos, asegurando que estos se entiendan y tengan claro las actividades que se van a realizar.

El resto de las figuras del departamento: tesorería, secretaría y vicesecretaría se decidieron entre las participantes restantes del departamento, atendiendo a las características y experiencia de estas.

El departamento se organizó de la siguiente forma:

- **Presidencia:** Tamara Hermo
- **Vicepresidencia:** Sara Sierra
- **Coordinadora de departamentos y comunicación interna:** Paula Rubio
- **Tesorerera:** Marina Vela
- **Secretaria:** Ángela del Río
- **Vicesecretaria:** Cristina Cordero

Posteriormente, por motivos personales, Sara Sierra decidió abandonar su participación en el festival. Por este motivo se tuvo que reorganizar la estructura del departamento dando lugar a esta nueva estructura:

- **Presidencia:** Tamara Hermo
- **Vicepresidencia y coordinadora de departamentos y comunicación interna:** Paula Rubio
- **Tesorerera:** Marina Vela
- **Secretaria:** Ángela del Río
- **Vicesecretaria:** Cristina Cordero

Pese a estas jerarquías, las funciones del departamento se realizan de forma conjunta, exceptuando los pagos y transacciones económicas que las realiza en exclusividad la tesorera Marina Vela. Los documentos burocráticos los realizarán la presidenta y secretaria, porque son ellas las personas necesarias para firmarlos.

5.2.1. Funciones de la Junta Directiva

- **Coordinación de los departamentos:** la coordinación de departamentos se lleva a cabo por toda la Junta Directiva del festival y con el apoyo de los profesores encargados de los distintos departamentos. Este año hemos introducido la figura de coordinadora de departamentos y comunicación interna con el objetivo de una mayor cercanía de los departamentos de Publicatessen hacia la junta. Esta figura de coordinadora es Paula Rubio. Ella se encarga de transmitirnos al resto de la junta la información de los siguientes departamentos: Jornadas, Gala, Tardecitas, RSC, Audiovisuales, Protocolo y Patrocinio. Ángela y Cristina se ocupaban de la coordinación del departamento de Comunicación y Tamara de la coordinación del departamento de Diseño. Como bien se dice en el apartado de competencias (CE-1) en todo el festival hemos trabajado con un equipo de 80 personas, por lo que nuestra función es primordial a la hora de comunicar al resto las actividades que se están realizando. Nosotras siempre alegamos a la comunicación entre ellos, porque en Publicatessen no solo formas parte de tu departamento sino de todo el conjunto. Esta cuestión siempre ha sido básica y muy importante para nosotras.
Para la coordinación de estos departamentos realizamos reuniones tanto de grupo (al completo), reunión con los coordinadores responsables de cada uno, reunión los todos los coordinadores de todos los departamentos y, por último, con todas las personas pertenecientes al festival.
- **Tesorería:** esta figura es desempeñada por Marina Vela. La función de la tesorera es administrar los fondos disponibles para la realización de las distintas actividades del festival, al igual que aprobar presupuestos, pagar facturas, facilitar cambio para los diferentes eventos... Es muy importante recalcar que es una actividad para una persona muy responsable y que en ningún momento se debe hacer público la cantidad de dinero que tiene el festival.
- **Toma de decisiones:** las decisiones que se toman en el festival tienen que pasar por la Junta Directiva para decidir si se aprueba o se deniega la solicitud. Esta capacidad se corresponde con la competencia (CE-2): capacidad de asumir liderazgo. Como junta hemos tenido que tomar innumerables decisiones. No puedes mirar por la opinión individual de cada persona sino por el conjunto en general y lo que beneficia a la imagen del festival y de la universidad.

- **Representación del festival:** la Junta Directiva es la representación del festival burocráticamente (Hacienda y Delegación Territorial), frente a la universidad, frente a los medios de comunicación, con las autoridades como puede ser el Ayuntamiento de Segovia o la Diputación Provincial de Segovia y sin olvidar a los patrocinadores y colaboradores. También son representantes del festival en ruedas de prensa y entrevistas que puedan llegar a hacer los medios de comunicación. Todas estas acciones han hecho que desarrollemos la competencia (CE-19) de desarrollar la capacidad de relacionarnos con las principales personas que integran el entorno del festival.
- **Gestión burocrática:** esta gestión es muy importante porque es la base legal del festival. Cada año tiene que renovarse la Junta Directiva en la Delegación Territorial mediante la presentación de un modelo de solicitud de cambio de junta. Este cambio de Junta Directiva también tiene que realizarse en hacienda mediante el modelo 036 tras la obtención del certificado digital por la Fábrica de Moneda y Timbre. También la realización de petición a la Diputación de Segovia de cesión de las instalaciones del teatro Juan Bravo, la renovación del convenio con el Ayuntamiento de Segovia (renovación de subvención) y posible papeleo que se pueda necesitar para la realización del festival. Normalmente en estos documentos va la firma de la mayor representante del festival que en este caso es la presidenta, aunque también puede ser necesaria la firma de la secretaria.
- **Resolución de problemas:** a lo largo de la preparación del festival nos vamos encontrando con numerosos problemas que tienen que ser solucionados con la mayor brevedad posible y ocasionando el menor daño. Estos problemas pueden ser tanto internos, por parte de la gente que organiza el festival, como externos, por parte de personas externas a éste. En este punto la competencia (CE-20) que es la capacidad de comunicación o de trabajo en equipo es de vital importancia.

5.3. Problemas y soluciones Crisis COVID-19

Según el Ministerio de Sanidad el nuevo coronavirus SARS-CoV-2 pertenece a la familia de coronavirus que, normalmente solo pueden contraerlo los animales, pero, en ocasiones, puede transmitirse a humanos, situación en la que nos encontramos ahora mismo.

El SARS-CoV-2 fue detectado entre noviembre y diciembre de 2019 en China (según noticias filtradas del país). Este virus produce la enfermedad COVID-19.

Una de las características que más preocupan sobre este virus es la rápida y fácil propagación del mismo. Según información obtenida del Ministerio de Sanidad, que explica cómo se transmite este virus, lo más común es que se produzca por contacto estrecho con las secreciones respiratorias como tos o estornudo de una persona enferma, por lo que es muy importante la distancia de uno o dos metros para evitar que esas secreciones lleguen al resto de personas.

El virus registró su primer caso en nuestro país el día 26 de febrero en Barcelona de una mujer italiana residente en la ciudad condal. Desde entonces, hasta el 11 de marzo que se declaró pandemia, los casos de este virus han ido aumentando por toda la geografía española.

Tras toda esta situación el día 11 de marzo se recibe unas medidas extraordinarias en las que la Junta de Castilla y León decreta lo siguiente:

“En el ámbito educativo, se suspenden los festivales, galas, obras de teatro y eventos de todo tipo, universitarios y no universitarios, que conlleven la reunión de personas en espacios cerrados o abiertos.” (Web Junta Castilla y León, 2020)¹

Una vez conocida la decisión por parte de la Consejería de Sanidad de la Junta de Castilla y León tuvimos que ponernos en contacto con todos los coordinadores y organización para transmitir este comunicado y, por lo tanto, la decisión de aplazar el festival. También realizamos un comunicado oficial que subimos a todas las redes sociales para información de todo nuestro público.

El día 12 de marzo tuvimos una reunión toda la junta directiva con nuestros profesores coordinadores, Marian Núñez y Alberto Martín, para ver todas las posibilidades tras el aplazamiento del festival. Posteriormente tuvimos una reunión con Agustín García Matilla, Vicerrector del Campus María Zambrano en la que nos expresó todo su apoyo por parte de la

¹ Web no paginada

entidad y brindó su ayuda en todo lo que fuese necesario. Al finalizar esta reunión, la junta empezamos a enviar correos electrónicos a todos los afectados, patrocinadores, ponentes, instituciones... También cancelamos todos los billetes de tren y las reservas en hoteles de los ponentes.

A las 15:00h convocamos una reunión extraordinaria de toda la organización para informar de la manera más clara y concisa de la situación, además de despejar todas las dudas que pudieran tenerse, sobre el aplazamiento de todos los eventos programados del festival. Se decidió también devolver el dinero de las inscripciones a las jornadas, la FUNGE (plataforma encargada de realizar las inscripciones y la recogida de dinero) se encargó junto al departamento de Jornadas del reembolso de los inscritos.

Ese mismo 12 de marzo se realizó también la devolución del dinero de la paellada situándonos durante esa misma tarde en el ágora hasta las 19:00h. Este mismo día la universidad cesa su actividad presencial hasta nuevo aviso.

Posteriormente se hizo público un comunicado oficial desde todas las redes sociales del festival en el cual se explicaba las decisiones tomadas por la junta directiva del festival. Se quiso crear un comunicado positivo, que mantuviera una postura firme ante la posibilidad de poder seguir trabajando con el festival y animando a las personas a continuar junto a Publicatessen y agradeciendo su apoyo.

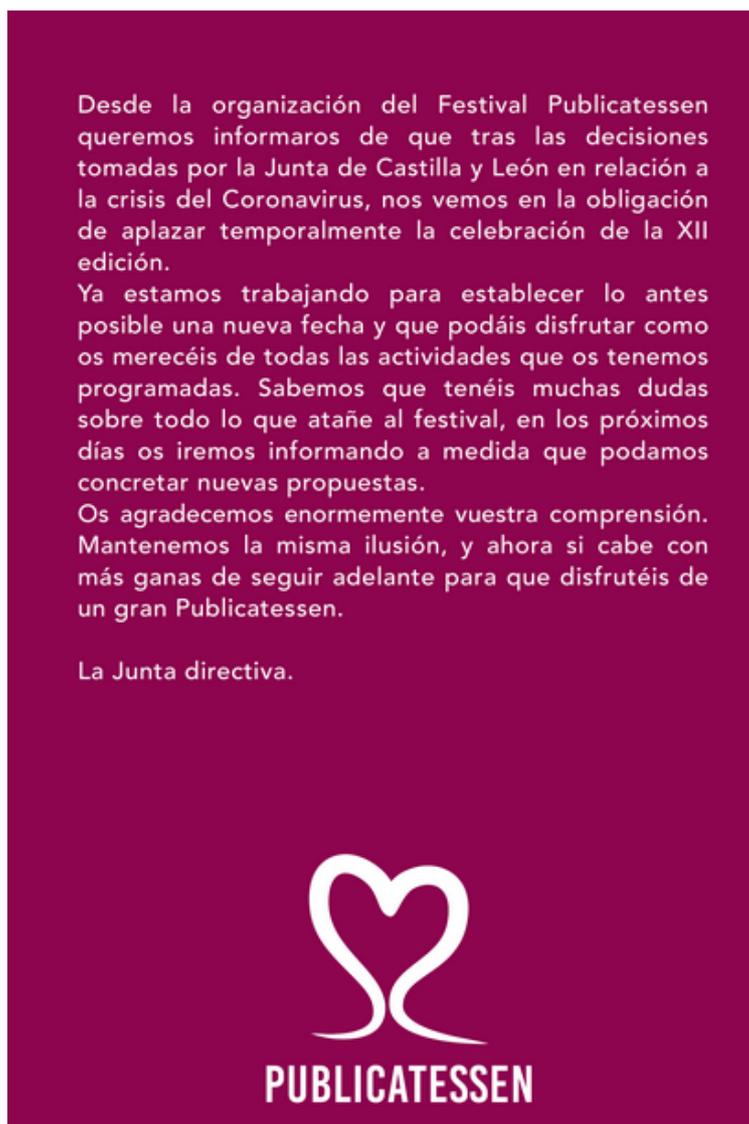


Imagen 11. Comunicado oficial del aplazamiento del festival (2020). [Captura Comunicado oficial de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

El día 14 de marzo se realizó una publicación en forma de vídeo en nuestras redes aclarando que Publicatessen no se cancelaba, sino que se aplazaba, quedando a la espera de marcar fechas de Jornadas y de Gala.

El día 15 de marzo decidimos dar un paso hacia adelante y animar a los alumnos y seguidores del festival creando una nueva categoría, denominada “*Publicatessen desde casa*” y consistía en mostrar por redes sociales ejemplos de cómo se llevaba la cuarentena desde casa. Esta categoría tiene la misma validez que el resto de las categorías del festival y el premio (200€) es pagado por parte del Decanato.



Imagen 12. Captura categoría Publicatessen desde Casa (2020). [Captura página web de Publicatessen]. (Segovia, 2020). <http://festivalpublicatessen.com/wp-content/uploads/2020/03/BASES-PUBLICATESSEN-DESDE-CASA.pdf>.

El objetivo que se perseguía con esta iniciativa era incentivar al público a dar consejos al resto de las personas para hacer su cuarentena más amable, buscando fomentar la aportación de ideas creativas que ayudasen a pasar de la mejor manera posible las semanas de confinamiento en sus casas.

La categoría tenía lugar en las redes sociales Instagram y Twitter del festival, acumulando entre ambas más de 40 participaciones. Las estadísticas de la publicación en la que se anunciaba muestran el éxito conseguido:

- 3876 veces vista.
- 2908 cuentas de Instagram alcanzadas.
- 226 me gusta, 18 comentarios, 17 veces guardada y 12 nuevos seguidores.
- 171 veces compartida.

Además, el 44% de las cuentas alcanzadas con dicha publicación no eran seguidoras de Publicatessen, lo que supone un índice de repercusión muy alto.

Una vez finalizado el plazo de participación se procedió a la votación por parte del jurado formado por la Junta Directiva del festival y sus dos profesores coordinadores. Las votaciones quedaron de la siguiente forma:

- Primer puesto: *“Hoy he dirigido una obra de teatro”* realizado por Sergio Valladolid con 14 puntos.
- Segundo puesto: *“El plató de mi casa”* realizado por Raúl Portero con 6 puntos.
- Tercer puesto: *“¿En qué cara lo estás viendo?”* realizado por Patricia de Pablos con 5 puntos.

Al igual que el resto de piezas presentadas para las diferentes categorías fueron revisadas por el comité anti-plagio del festival, descartando algunas de ellas, ya fuera por similitud con algunas ideas o por la utilización de piezas musicales con copyright.

La elección de un ganador fue muy complicada dada la gran afluencia de participantes que teníamos. Después de un estricto visionado por parte del jurado las anteriores piezas fueron las que mejor nos parecían que habían comunicado la esencia y la creatividad que queríamos transmitir con la creación de esta categoría.

Los días 15 y 16 de marzo realizamos publicaciones en las redes sociales del festival con gráficas sobre “*consejos de Publicatessen para quedarse en casa*”, los cuales tuvieron bastante éxito.



Imagen 13. Captura consejos Publicatessen (2020). [Imágenes del departamento de diseño de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

El día 17 de marzo se procedió al anuncio de la nueva categoría y al envío de una nota de prensa a todos los medios de comunicación para que se hiciesen eco de esta novedad en nuestro festival.

Comenzamos a reunirnos mediante la plataforma Webex, para tomar las decisiones necesarias y comenzar a trabajar adaptándonos a las condiciones. Al principio fue complicado, pero gracias al entusiasmo de la organización decidimos amoldarnos a esta nueva forma de trabajo y conseguimos continuar con el festival.

Algunas de las acciones realizadas a parte de la categoría ya comentada anteriormente “*Publicatessen desde casa*”, fue un programa de talentos lleno de humor. Se realizaron tres programas (los viernes) con sus respectivos debates (los domingos) en los que se tomaba en cuenta la opinión de los participantes de esa semana y las del jurado. Todos los programas fueron editados y subidos a la plataforma YouTube, donde todas las personas interesadas pudieron verlo (<https://www.youtube.com/watch?v=8iQFN4Mo5Iw&t=164s>).

El proceso se dividía de la siguiente manera, inicialmente desde las redes sociales del festival se publicaba la temática de cada semana: canto, sustos y temática libre respectivamente. A continuación, se facilitaba un correo al que enviar los vídeos de participación para la categoría de talento de esa semana. Posteriormente se editaba y se emitía en YouTube.

El jurado de los programas estaba formado por miembros de los departamentos de Jornadas y Tardecitas, encargados de la realización de esta acción. Lo que hacían era valorar la creatividad y calidad de las piezas enviadas por el público. Los colaboradores de los debates eran miembros de diferentes departamentos, siendo Laura Marrero (coordinadora de Comunicación) la encargada de presentarlos. En ellos se comentaban todas las actuaciones, valoraciones del jurado y anécdotas ocurridas en el anterior programa.

La acogida y la participación fue muy buena, alguno de los vídeos recoge más de 500 visitas y cada categoría semanal tenía más de 7 participaciones, todo un éxito para ser la primera vez que el festival realiza un programa de estas características.

Nos gustaría destacar la dificultad que supuso para todo nuestro equipo realizar los debates en directo porque hay que tener muchas variables en cuenta para que todo salga perfecto, además de unas personas con conocimientos previos que, en este caso, fue Raúl Portero (miembro del departamento de Gala) quien ayudó con esta labor.



Imagen 14. Cartel de The Publicatessen Show (2020). [Imágenes del departamento de diseño de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

Como acción final, el departamento de RSC organizó una recogida de cartas para enviar a la residencia de ancianos “Hermanitas de los Pobres” y tratar de hacerles sentirse queridos y que no están solos en estos momentos difíciles. Estos son algunos de los ejemplos de lo que hemos realizado durante la cuarentena provocada por el Covid-19, ya que, en ningún momento dejamos de crear contenido vía online.

En conclusión, para nosotras todas estas acciones llevadas a cabo durante el estado de alarma fueron muy importantes porque eran la sustitución de las actividades presenciales organizadas para lo que restaba de festival. Nos sentimos muy realizadas con todo lo que hemos hecho al ser iniciativas muy creativas en las que se podía dar rienda suelta a nuestra capacidad de inventiva y haciendo que departamentos que ya habían finalizado su actividad como era el departamento de Tardecitas pudiese seguir demostrando todo su potencial. Sabemos que gracias a esto hemos hecho una edición del Festival Publicatessen muy innovadora y novedosa que dará pie a que futuras generaciones se salgan de lo establecido pudiendo utilizar su creatividad para ello.

6. Conclusiones

Tras la realización de la XII Edición del Festival Publicatessen y después de haber desarrollado todo este Trabajo Fin de Grado podemos sacar las siguientes conclusiones:

- La organización del Festival Publicatessen es una oportunidad de aplicar todos los conocimientos teóricos y prácticos y poner en valor todas las habilidades adquiridas durante la realización del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo, por lo que supone una experiencia enriquecedora para todas las personas que forman parte de ella.
- Publicatessen sirve como entrenamiento para enfrentarnos al mercado laboral en el que estamos a punto de inmiscuirnos tras finalizar nuestros estudios de Grado, pudiendo aplicar todos los conocimientos y competencias adquiridas a nuestro futuro profesional.
- Relacionarnos con el resto de departamentos, autoridades, patrocinadores y personal de la universidad nos ha ayudado a saber cómo nos tenemos que dirigir al comunicarnos con personas de diferentes niveles jerárquicos. Además, sirve para afianzar en nexo entre la universidad y los alumnos.
- La realización de reuniones entre departamentos y de la Junta Directiva fueron de gran importancia para poder coordinar todo el festival de una manera ágil y correcta.
- Nos hemos dado cuenta de lo importante que es la comunicación entre los miembros para poder realizar una edición del festival lo más libre de problemas y falta de comunicación posible.
- Colaborar con diferentes organizaciones y empresas como han sido Sociograph, El Publicista o FEDER dan renombre al festival.
- Plantear objetivos a corto y a largo plazo. Hemos aprendido a jerarquizar las tareas a realizar priorizando las más importantes, lo que nos ha hecho mantener un muy buen ritmo de trabajo durante toda la edición.
- Nos hemos dado cuenta de la importancia que tiene una rápida resolución de problemas al igual que una buena relativización de ellos. Hay que saber dar la importancia que realmente tienen para que no obstaculice el funcionamiento del festival.

- Es vital la utilización de herramientas digitales como es Google Drive, tanto para compartir información con los miembros del equipo como para que quede de ejemplo para futuras ediciones
- La implicación y el sentimiento de grupo es algo vital para el buen funcionamiento del festival y para el máximo disfrute del mismo.

Después de todas estas conclusiones también queremos dar algunas recomendaciones de cara a futuras ediciones del festival:

- La comunicación y la organización es vital para el buen desarrollo del festival. Hay que plantear claramente las tareas que tiene cada departamento y cada grupo dentro del mismo para que así cada persona tenga clara la función que desempeña y no retrasar el funcionamiento.
- Seguir dando un muy buen trato a patrocinadores e instituciones. Son figuras claves y vitales para el desarrollo de Publicatessen y hay que tratarlos como se merecen.
- Si en un momento determinado se produce algún problema entre personal de la organización lo mejor es atajar el problema de raíz. Lo correcto es hablar cara a cara con las personas implicadas e intentar solucionarlo. También es muy importante que los problemas que ocurren en el festival se queden en él.
- Alentar al equipo a continuar con las actividades demostrando los resultados obtenidos y apoyando a todo el equipo. Conservar el espíritu de pertenencia es algo principal, la gente tiene que sentir que trabaja para ellos mismos no para alguien.
- Seguir manteniendo las figuras de “Embajadores de Publicatessen”, el departamento de Audiovisuales y la importancia a la categoría interuniversitaria porque es la que más nos ayuda a extender las fronteras del festival.

7. Bibliografía

El Periódico. (2020, 20 marzo). *31 de enero, el día que se detectó el primer caso de coronavirus en España*. elPeriodico:

<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20200319/primer-caso-coronavirus-espana-7897246>

El Universo . (2020, 13 marzo). *Primer caso de coronavirus surgió en noviembre, según filtraciones de medio de China*. El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/13/nota/7780089/primer-caso-coronavirus-surgio-noviembre-segun-filtraciones-medio>

Espacio Europeo de Educación Superior (1999). *Declaración Bolonia*. EEES. <http://eees.umh.es/contenidos/Documentos/DeclaracionBolonia.pdf>

Junta de Castilla y León. (2020, 11 marzo). *La Junta de Castilla y León acuerda medidas extraordinarias en relación con el COVID-19 en el conjunto de la Comunidad*. Junta de Castilla y León. <https://www.jcyl.es/junta/cp/Medidas-extraordinarias-COVID-19-CyL.pdf>

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Boletín Oficial del Estado, Madrid, 29 de octubre del 2007. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-18770-consolidado.pdf>

Ministerio de Sanidad. (2020, 30 abril). *¿Qué es el COVID-19?* Ministerio de Sanidad. https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/img/COVID19_que_es.jpg

Ministerio de Sanidad. (2020, junio 12). *¿Cómo se transmite el COVID-19?* WEB Ministerio de Sanidad.

https://www.mscbs.gob.es/en/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/img/COVID19_como_se_transmite.jpg

Universidad de Valladolid (2019). *Directorio Campus María Zambrano*. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación – Universidad de Valladolid.

<http://sjc.uva.es/wp-content/uploads/2019/01/Directorio-Campus-Mari%CC%81a-Zambrano.pdf>

ANEXOS

ANEXO I

ORGANIGRAMA XII EDICIÓN FESTIVAL PUBLICATESSEN

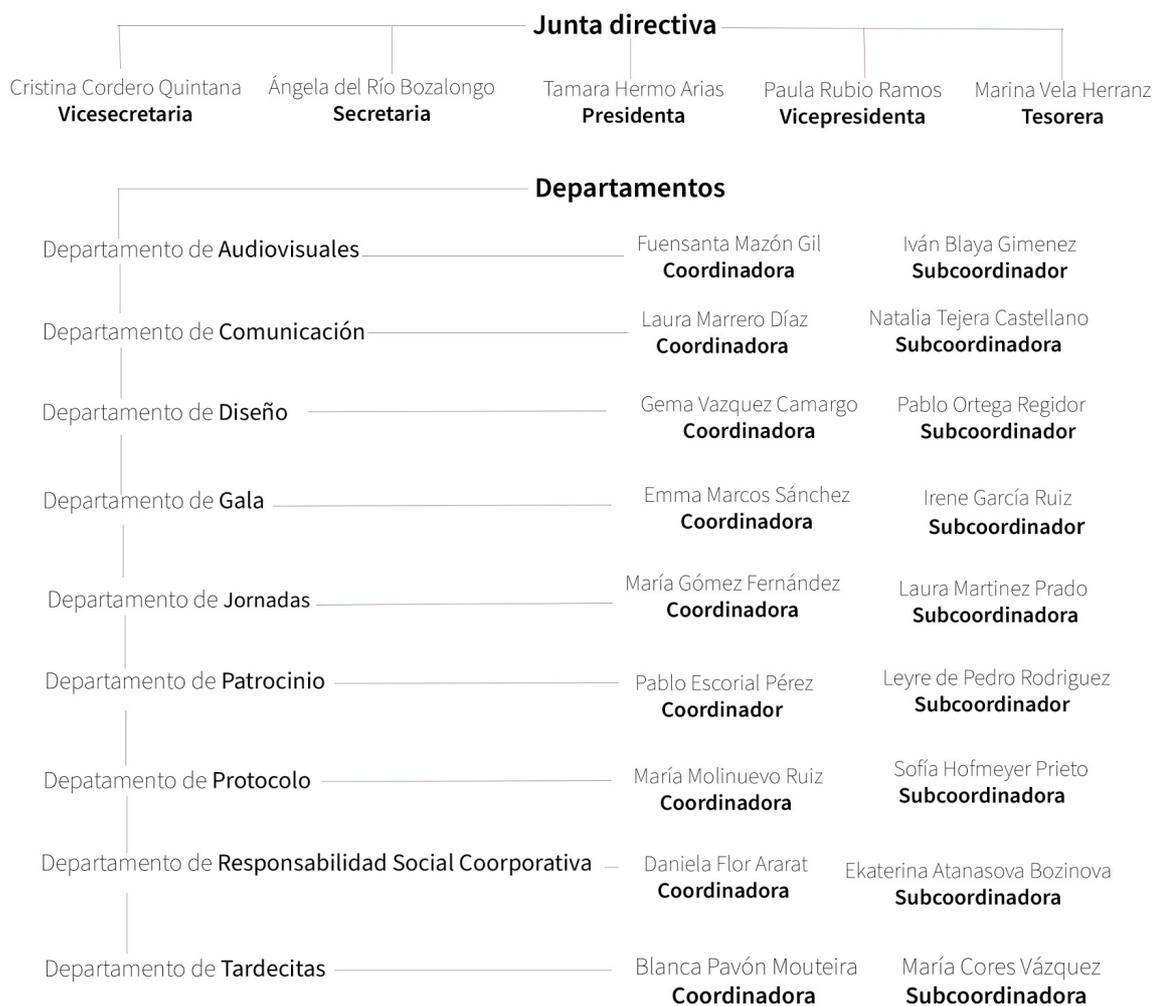


Imagen 1. Festival Publicatessen (2020). Organigrama XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia, 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

ANEXO II

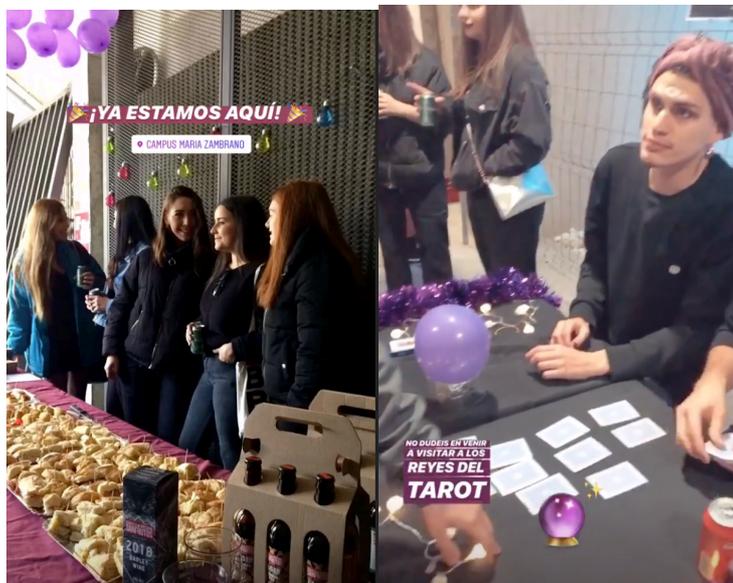
ÁLBUM DE FOTOS DE LA XII EDICIÓN FESTIVAL PUBLICATESSEN

Primer evento de Publicatessen:



Imagen 1. Festival Publicatessen (2020). Bienvenidos a Publicatessen. [Fotografía de departamento de diseño de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>



Imágenes 2 y 3. Festival Publicatessen (2020). Bienvenidos a Publicatessen. [Fotografía del Instagram de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

En esta edición queríamos que nos empezasen a conocer desde el principio, para ello hicimos un evento de bienvenida el 24 de octubre en el Jardín Zen con música en directo en el que dimos pinchos, realizamos sorteos entre los asistentes y como añadido, dos integrantes del departamento de Tardecitas “echaban las cartas” para saber cómo iba a ser tu futuro en el nuevo curso universitario.

Siguiendo la línea propuesta por el departamento de RSC de implicarnos más socialmente realizamos las siguientes acciones para días señalados.

Acción para el 19 de octubre “Día Internacional de la lucha contra el cáncer de mama”:



Imágenes 4 y 5. Festival Publicatessen (2020). “Día Internacional de la lucha contra el cáncer de mama”. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Acción para el “Día Mundial contra el cáncer”:

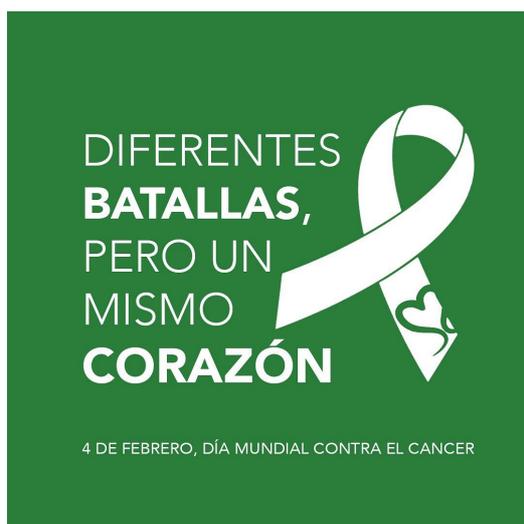


Imagen 6. Festival Publicatessen (2020). “Día Mundial contra el cáncer”. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Mercadillo solidario a favor de 2 protectoras de animales de Segovia:



Imagen 7. Festival Publicatessen (2020). Cartel mercadillo solidario. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Gracias a que parte de nuestro equipo colabora habitualmente con estas dos protectoras decidimos hacer un mercadillo solidario para cubrir sus gastos y así contribuir con el bienestar animal.

Día de la Enfermería:

Después de la situación de emergencia sanitaria mundial, no podíamos dejar pasar el día de la enfermería por lo que hicimos un vídeo en IGTV en el que profesionales de la enfermería respondían una serie de preguntas relacionadas con su profesión.



Imagen 8. Festival Publicatessen (2020). Captura de vídeo “día mundial de la enfermería [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Este año también queríamos que hubiese más implicación con el festival por parte de toda la facultad, por ello, creamos las tarjetas de fidelización que se sellaban en cada evento que organizase el departamento de Tardecitas y quien obtuviese más sellos se convertía en “Rey o Reina de Publicatessen”.



Imagen 9. Festival Publicatessen (2020). Tarjetas de fidelización Publicatessen [Fotografía del departamento de comunicación Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Publicaciones creadas para el Día de la Publicidad o “San Publicito”:



Imágenes 10, 11, 12 y 13. Festival Publicatessen (2020). Gráficas creadas por el departamento de diseño para el día de la publicidad. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen. <https://www.instagram.com/publicatessen/>

Primer vermut de Publicatessen en Destino:



Imágenes 14 y 15. Festival Publicatessen (2020). Primer vermut Publicatessen [Fotografía Blanca Pavón]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

Decidimos realizar 2 vermut en Destino. Estos vermuts consistían en la presencia de una charanga, botellines de cerveza y sangría a 1€ con pinchos y paella. También se hacía una porra vendiendo los números mostrados en la última imagen y realizando un posterior sorteo de productos de nuestros patrocinadores y colaboradores. Fue una acción que tuvo mucho éxito y que se repitió en el siguiente vermut.

Situación COVID-19:

Ante la situación de emergencia sanitaria hicimos unas publicaciones en RRSS con “Consejos de Publicatessen para quedarte en casa” y también la categoría “Publicatessen desde casa”.



Imágenes 16, 17, 18, 19 y 20. Festival Publicatessen (2020). Gráficas para las publicaciones ante el COVID-19. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia, 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>



Imagen 21. Festival Publicatessen (2020). Gráfica de anuncio de la nueva categoría “Publicatessen desde casa”. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen. <https://www.instagram.com/publicatessen/>

A continuación, vamos a mostrar la cartelería inicial y final que se había realizado para las jornadas.



Imágenes 22 y 23. Festival Publicatessen (2020). Gráficas para jornadas y talleres XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen. <https://www.instagram.com/publicatessen/>



Imágenes 24 y 25. Festival Publicatessen (2020.) Tríptico inicial para jornadas y talleres XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia, 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.



Imagen 26. Festival Publicatessen (2020). Díptico inicial de los talleres XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.



Imagen 27. Festival Publicatessen (2020). Gráfica final en RRSS para anunciar las nuevas fechas de las jornadas de la XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen. <https://www.instagram.com/publicatessen/>



Imagen 28. Festival Publicatessen (2020). Gráfica para anunciar los ponentes de las jornadas online de la XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía de Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen. <https://www.instagram.com/publicatessen/>

Gala de Publicatessen:

Finalmente, la gala de la XII Edición del Festival Publicatessen tuvo que ser de forma online.

Con esta gráfica se anunció en nuestras redes sociales.



Imagen 29. Festival Publicatessen (2020). Gráficas de la gala de la XII Edición Festival Publicatessen. [Fotografía del departamento de diseño Publicatessen]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>

Visita al programa Late Motiv y al Hormiguero con personal de la organización:



Imagen 30. Festival Publicatessen (2020). Fotografía de la visita de algunos de los componentes del festival al programa Late Motiv. [Fotografía de Paula Rubio]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>



Imagen 31. Festival Publicatessen (2020). Fotografía de algunos de los componentes del festival al programa El Hormiguero. [Fotografía de Cristina Cordero]. (Segovia. 2020). Archivos fotográficos de Publicatessen.

<https://www.instagram.com/publicatessen/>