

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN



---

**Universidad de Valladolid**



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2017-2018

**DEPARTAMENTO DE GALA DE LA IX EDICIÓN DE PUBLICATESSEN**

Laura Prieto Abarquero

Jon Dornaletexte

SEGOVIA, Junio de 2018

## ÍNDICE

1.	Introducción.....	3
2.	Contexto.....	4
3.	Marco Teórico.....	5
4.	Marco de la organización.....	7
4.1	Descripción del evento.....	7
4.2	Análisis del evento.....	7
4.2.1	Organización.....	7
4.2.2	Tema.....	10
4.2.3	Categorías.....	11
4.2.4	Localización y fecha.....	12
4.2.5	Guion.....	15
4.2.6	Presentadores y azafatos.....	17
4.2.7	Iluminación y Sonido.....	18
4.2.8	Decoración.....	19
4.2.9	Premios.....	20
4.2.10	Patrocinio.....	21
4.2.11	Cocktail.....	22
4.3.12	Comunicación del evento.....	23
4.3	Durante el evento.....	24
4.3.1	Realización.....	24
4.3.2	Tareas del departamento el día del evento.....	26
5.	Objetivos.....	29
6.	Estrategias.....	31
7.	Resultados.....	33
8.	Conclusiones.....	35
9.	Aportaciones.....	37
10.	Bibliografía.....	39

## **1. Introducción**

El objetivo del presente trabajo es plasmar sobre el papel los conocimientos y herramientas adquiridos en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas impartido por la Universidad de Valladolid. Dichos conocimientos se muestran a través de la organización y desarrollo del la Novena edición del Festival Publicatessen. En dicho festival, participé como secretaria del departamento de gala.

Antes de desarrollar el caso práctico, se analiza por un lado la figura de los eventos de forma general como la exposición de todos aquellos elementos y conocimientos básicos necesarios en el proceso de la organización de dicho evento.

Por otro lado, se desarrolla el caso práctico donde se muestran los conocimientos adquiridos. El evento desde la primera toma de contacto con la organización y todo aquello que hay que realizar antes de la gala (pre-evento), pasando por el día de la gala (evento) hasta llegar al análisis y evaluación de los objetivos marcados (post-evento). Se trata de un caso real, el cual diseñamos y organizamos.

## 2. Contexto

Publicatessen nace gracias a la Semana de la Publicidad, una iniciativa que se realiza desde hace más de 15 años. En el año 2009, la cuarta promoción decidió formalizar las diferentes actividades naciendo la I Edición del Festival Publicatessen.

Publicatessen es un festival universitario donde se organizan diferentes actividades del ámbito de la publicidad y de la comunicación, se planifica durante todo el año y concluye con la semana de la publicidad. En esta se imparten charlas y talleres relacionados con el tema seleccionado por la promoción y finaliza con una gala donde se muestran las piezas nominadas y se reparten los premios de las mismas.

Es una asociación sin ánimo de lucro que está formada por los alumnos de la promoción saliente. Dichos alumnos son los responsables de la organización del festival, desde la toma de decisiones hasta llevar acabo aquellas acciones y trámites para la realización del festival. Además los alumnos contamos con la ayuda de profesores especializados en cada departamento de la organización.

Los alumnos del curso 2016-2017 del grado de Publicidad y Relaciones Públicas teníamos la responsabilidad de organizar la Novena Edición del festival, teniendo la oportunidad de mejorar respecto anteriores ediciones y con el objetivo de ser una promoción recordada.

Dicho festival comenzó el lunes 20 de marzo con la jornada y finalizó con la gala, realizada en el ágora del campus María Zambrano en Segovia, de la Universidad de Valladolid, el día 24 de marzo del 2017 a las 19:00 horas.

### **3. Marco Teórico**

#### **Evento**

El término evento proviene del latín eventos y, según el diccionario de la Real Academia Española, tiene tres acepciones principales:

1. Acaecimiento.
2. Eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer.
3. Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.

Esta última definición sería la que se ajusta mejor al trabajo que se desarrolla a continuación.

Cuando los autores se refieren a los eventos como acontecimientos especiales, pretenden indicar que éstos siempre van ligados un acto de producción o creación, cuya consecuencia es la vivencia de una experiencia. Dicho de otro modo, “a special event is a one-time or infrequently occurring event outside normal programs or activities of the sponsoring or organizing body” (Getz en Berridge, 2007, p.9).

Además, los autores no solo entienden esta “experiencialización” desde la visión de las organizaciones, sino también como una experiencia única del asistente, para los cuales, “a special event is an opportunity for leisure, social or cultural experience outside the normal range of choices or beyond everyday experience” (Getz en Berridge, 2007, p.9). Por tanto, se entiende que el evento nace con la intención de producir una reacción que se transforme en la respuesta del público que asiste o disfruta del mismo.

#### **El día D**

“El día D es el punto en el que confluyen todos los vectores con los que se ha trabajado en la producción previa de un evento: localizaciones y selección de proveedores, escenografía, espectáculos, decoración, iluminación y sonido, vídeo, logística, protocolo, etc. Se trata del “examen final” de todas esas materias (y de alguna otra que puede aparecer por sorpresa).” (Urkiola, 2015)

Según Urkiola (2015), los aspectos más importantes a tener en cuenta en “el día D” son:

- Al ser un acontecimiento en directo es importante permanecer tranquilos.
- Ser proactivo y positivo
- No discutir ni mostrar prisas
- Tratar de no improvisar en la medida de lo posible
- Minimizar los fallos y tener capacidad de reacción
- Mantener la calma ante situaciones de crisis
- Tener seguridad en uno mismo y no agobiarse
- Más tarde se evaluarán los errores cometidos

### **Festival**

“La palabra festival, etimológicamente, procede del latín *festivus* y hace referencia al concepto de festividad o fiesta. Ramon Llull ya la utiliza en el siglo XIV relacionándola con la fiesta. Pero, no es hasta el siglo XVIII que en inglés se utiliza en el sentido de gran fiesta artística, deportiva o de exhibición.” (Bonet 2009: 7)

La Real Academia de la Lengua lo define, en la tercera de sus acepciones, como aquel “conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte”. Esta definición, aunque no deja de ser amplia, se acota más al ámbito de este trabajo, ya que destaca dos elementos principales: “conjunto de representaciones” y “dedicadas a un arte”.

Lyck (2012) agrega que el festival es un espacio de encuentro y unión de un público con unos gustos similares que entra en contacto a través de la temática artística programada en el evento.

## **4. Marco de la organización**

### **4.1 Descripción del evento**

El día de la Gala es el más especial para los organizadores de Publicatessen, tras una semana de ponencias y talleres se realiza un acto donde se hace la entrega de premios a los ganadores de cada categoría. Tras ocho galas, la novena edición tenía la oportunidad de vivirla en el ágora del campus María Zambrano de Segovia.

### **4.2 Análisis del evento**

#### **4.2.1 Organización**

La organización del festival, está constituida por una junta directiva y nueve departamentos con diferentes temáticas y funcionalidades.

La junta directiva, está compuesta por cinco miembros, se encarga de tomar todas las decisiones principales para la ejecución del festival, así como supervisión y la coordinación de los diferentes departamentos.

Dicha junta comenzó su formación el 28 de septiembre de 2016, día que tuvo lugar una reunión para los alumnos de cuarto curso que estuvieran interesados en formar parte de la organización. En ella acudieron la junta directiva de la pasada edición que nos contaron su experiencia y nos explicaron detalladamente quién componía la organización y cómo era su desarrollo a lo largo del año.

El día siguiente, 29 de Septiembre de 2016 se realizó la votación de la Junta Directiva de la novena edición. Los alumnos de cuarto curso teníamos derecho a

un voto sobre los alumnos candidatos a la formación de la junta. Tras el recuento de votos, la **Junta Directiva** formada fue:

- Paula Suengas Rodríguez, Presidenta de la asociación.
- Patrick Adhei Hernández, Vicepresidente de la asociación.
- Almudena Arenas Solorzano, Tesorera de la asociación.
- Ruben Carromero Perez, Secretario de la asociación.
- Celia García Perlado, Vicesecretaria de la asociación.

Por otro lado, debíamos de formar el resto de departamentos. El día 3 de octubre de 2016, la junta directiva convocó una reunión con el resto de los alumnos interesados en la participación del festival. Tras una explicación de las competencias de cada departamento, los alumnos se dividieron por departamentos formando grupos. Dentro de estos grupos debían decidir un coordinador/a, un secretario/a y al tercero/a de a bordo de cada departamento.

**Departamento de Diseño:** es el encargado de la realización de cualquier material gráfico requerido por la organización desde la cartelería, pasando por el montaje y grabación de materiales para la gala, hasta el diseño de las entradas de la misma.

**Departamento de comunicación:** éste sería el encargado del plan de comunicación del festival de principio a fin. El contacto con los medios de comunicación como los encargados de las redes sociales y el feedback con los asistentes.

**Departamento de Jornadas:** son los encargados principalmente de la organización tanto de las ponencias como de los talleres impartidos durante la “semana de la publicidad”, así como del merchandising.

**Departamento de Patrocinio:** es el departamento encargado de la búsqueda y contratación de los patrocinados y colaboradores de la organización los cuales proporcionan bienes y servicios para la realización del festival.

**Departamento de Tardecitas:** se encargan de la realización de actividades de ocio y entretenimiento, desde las cuales se recaudaba fondos para el festival.

**Departamento de Responsabilidad Social Corporativa:** encargado de la realización de actividades con el fin de proyectar una buena imagen de la asociación contribuyendo a la mejora social.

**Departamento de Protocolo:** supervisa y realiza las actividades relacionadas con la puesta en escena del festival, sobre todo el día de la gala.

**Departamento de gala:** es el encargado de la planificación y la organización de la Gala y del posterior Cocktail, además de todas las labores que se llevan a cabo para su realización, dando por finalizado el festival. El departamento estaba formado por:

- Adrián Guzmán, Coordinador del departamento.
- Laura Prieto, Secretaria del departamento.
- Carmen Pérez. coordinadora del departamento de Protocolo.
- Irene Balbuena. Secretaria del departamento de Protocolo.
- Jon Dornaletxe. Profesor coordinador.

Profundizando más en las tareas del departamento durante la organización, coordinadas y redactadas por el Coordinador y el secretario del mismo:

- Ideas para la fecha y el lugar de la gala, coordinándose con otros departamentos como el de jornadas para establecer fechas.
- Organización de los casting, por un lado del de presentadores como el de azafatos que colaboran tanto en la gala como en el cocktail.
- Realización del guion, materiales necesarios para la puesta en escena y ensayos con los presentadores para el espectáculo sobre el que se va a desarrollar la gala.
- Búsqueda de todos aquellos servicios para la producción de la gala.
- Contratación de los premios con los que se obsequia a los ganadores de cada categoría.

- Búsqueda de un lugar para la realización del cocktail como del servicio de catering.
- Búsqueda de decoración para el ágora y el cocktail.

#### **4.2.2 Tema**

Cada Edición los alumnos son los encargados de la elección de un tema, dicho tema es el eje principal del festival ya que todas las actividades realizadas durante el festival están relacionadas con el tema.

La elección del tema se realiza mediante la presentación de propuestas presentadas por los alumnos, dichas propuestas incluyen una explicación del tema y un planning donde se sugiera diferentes ponencias y talleres en relación al tema. El ganador se decide mediante una votación realizada por todos los alumnos matriculados en cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid y por los profesores que forman parte de el área CAP.

Para la elección del tema, se presentaron ocho propuestas de diferentes temáticas:

- Digitivity
- Feel the Brand
- Lovemarks
- Ad&Events
- Storytelling
- Intertextualidad
- Publicidad creativa
- Breaking Adwaves

La votación se realizó el 20 de Octubre de 2016, en el Ágora de la Universidad y el tema ganador de la edición fue Digitivity de Beatriz Camberos.

Digitivity surgió gracias a la agencia de publicidad JWT, este concepto se conoce como “La nueva era viral, digital y creativa”. Digitivity, según explica la autora del

tema Beatriz Camberos, está muy asociada al Marketing *“se define por la interacción del mundo digital, la creatividad y la conectividad. En la era Digitivity las ideas pueden venir de cualquier lugar. Sin importar de dónde provengan, éstas se comparten y se propagan casi a la velocidad que nacen”*.

#### **4.2.3 Categorías**

Para la realización del festival se constituyen unas categorías las cuales presentan las diferentes posibilidades de participación en el festival. Los alumnos de cualquier curso, como profesores o ex alumnos del grado presentan sus piezas en base a estas categorías, se seleccionan unos nominados y tras las votaciones se decide un ganador. Los ganadores son premiados con un acuetrocho y en alguna de las categorías se entregan premios como son becas de formación o una cuantía de dinero.

Entre las categorías de este año, que fueron publicadas el 19 de Enero de 2017 en las RRSS del Festival, se encuentran:

- The Big Atomic Idea by The Atomic Garden.
- Eventos
- Cuña Libre
- Deportes Uva
- Digitivity Contest by Complot Barcelona
- Ex alumnos y profesores
- Fotografía Publicitaria
- Gráfica libre
- Más Publicidad by Miami ad School Madrid
- Solidaridad
- Trucho Imitación
- Trucho Libre
- Zink Activación
- Interuniversitaria
- Temática IX Edición Publicatessen
- Logotipo IX Edición Publicatessen

- Cartel IX Edición Publicatessen
- Nicomedes García
- Biblioteca de Ciencia y Artillería

Además de las categorías sobre las que se compone la Gala, este año la organización ha decidido lanzar otras dos categorías durante los meses posteriores. Estas son:

- Jingles y Eslóganes
- Un verano de cine

Las piezas se entregan presencialmente. Esta recogida tuvo lugar el 22 de Febrero de 2017 en Santa Eulalia, de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00 realizada por el departamento de Gala, Protocolo y la Junta Directiva. Además de recoger las piezas debíamos revisar que todos los datos y formatos estaban correctos. La participación fue mucho más alta que en años anteriores.

#### **4.2.4 Localización y fecha**

Dónde se realiza la gala de Publicatessen es primordial, ya que con ella se da por finalizada la semana de la Publicidad y en ella se conocen a los ganadores de los acuetruchos.

Durante las pasadas ediciones la entrega de premios se realizaba en el teatro Juan Bravo de Segovia. Debido a la realización de unas obras por reforma, nos enfrentábamos al reto de encontrar otro lugar donde se celebraría el acto. Junto a la Junta Directiva, el departamento de gala comenzó a estudiar otras opciones.

Entre ella se encontraban el jardín del parador de Segovia, la Auditoría del Conservatorio o el salón de actos del instituto Andrés Laguna. Todas estas opciones nos suponían problemas, tanto económicamente como por logística ya que alguno se encontraba fuera de la ciudad por lo que quedaban descartadas. El vicerrector del campus María Zambrano y la profesora María Ángeles Núñez Casado ofrecieron la posibilidad de realizarlo en el ágora de la Universidad María Zambrano.

Finalmente se decidió que el sitio donde se iba a realizar el acto, sería el ágora de la universidad, ya que nos ofrecía la posibilidad de hacerlo en un sitio amplio, diferente y dentro de nuestra propio campus. Ya estaba cerrada una de las decisiones más importantes, y aunque sabíamos que nos enfrentábamos a duro reto donde teníamos que montar una gala desde cero, nos pareció la mejor oportunidad para seguir avanzando y desarrollando uno de los mejores festivales universitarios.

- **Ágora**

El ágora nos aportaba tantas ventajas como desventajas, solo debíamos de estudiar bien el espacio y comenzar a trabajarlo. Por un lado contábamos con un mayor amplitud del espacio y por ello mayor posibilidad de aforo, un escenario más grande donde los presentadores poder sentirse cómodos, un videowall que podríamos utilizar como pantalla para la proyección de las piezas, diferentes posibilidades de estructuración del espacio conforme a nuestras necesidades... Los inconvenientes empezaban desde la escalera fija del ágora, el suelo adoquinado, los grandes ventanales, como disponer tanto el escenario como los asientos, montaje y realización de la gala sin perjudicar a otros cursos o grados del campus, más de una puerta de entrada, exclusividad de entrada...

Sabíamos que nos enfrentábamos a muchos problemas, pero que trabajándolo y buscando alternativas conseguiríamos que fuese el escenario perfecto. Por lo que empezamos a estructurarlo. El escenario se colocaría en la pared donde está el videowall de forma que ya tendríamos una pantalla donde proyectar las piezas.

Los asientos irían colocados frente al escenario de modo que la escalera quedaría a la derecha de los asistentes, siendo utilizada después en el espectáculo. También estudiamos la colocación de los asientos, con pasillos y visión optima para todos los asistentes.

Dejaríamos solo una puerta de entrada, seleccionamos la puerta principal ya

que los asistentes podían acudir por diferentes puertas y dando paso directamente al photocall. De esta forma los asistentes se realizarían las fotos pertinentes y acudirían directamente a sus respectivos sitios.

Colocamos enmoquetado tanto en las escaleras principales como en los pasillos creados en el ágora, de esta forma conseguíamos vestir el ágora ya que al ser un sitio de paso diario queríamos que los asistentes no lo reconocieran.

El ayuntamiento de Segovia nos proporcionaría el escenario, así como el montaje y desmontaje del mismo, el cual también enmoquetamos para dar mejor visibilidad. El escenario era de cuatro metros de ancho por 10 metros de largo, con una altura de un metro. La altura estaba delimitada ya que no podíamos tapar el videowall. Ubicamos tres escaleras una delantera por donde subirían los premiados y dos laterales por donde se abandonaría el escenario y donde los presentadores podían salir y entrar durante el espectáculo. Tanto la pared como los bajos del escenario fueron recubiertos por una tela de forma que el escenario quedaría cerrado y vestido para captar toda la atención de los asistentes.

El escenario contaba con diferentes elementos, un atril colocado en la parte derecha del escenario donde los anfitriones y los ganadores de las categorías podrían dar sus discursos. Este fue diseñado por la organización y es usado en sus ediciones. Una mesa de premios, la cual se encontraba en el almacén y tapándola con una tela negra colocamos los truchos, los premios de la Gala.

- **Fecha**

Tras barajar varias opciones, la Junta Directiva decidió establecer la semana del 19 al 24 de Marzo la “Semana de la Publicidad” para la celebración de la IX Edición del Festival, debido principalmente a varios motivos:

- La Semana Santa de este año se celebraría en el mes de Abril, por lo que supone un problema para la captación del alumnado la celebración del festival ese mes.

- El día 24 de Marzo se celebra la fiesta de la “*Facultad de ciencias Jurídicas, Sociales y de la Comunicación*”. Esta celebración, supondría una ventaja para la organización a la hora de montar y desmontar los instrumentos necesarios para la Gala, debido a que la universidad permanecería prácticamente sin alumnos.

#### **4.2.5 Guion**

Según la Real Academia Española (RAE), el Guion es definido como “Texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un filme, de un programa de radio o televisión o cualquier otro espectáculo”.

La realización del guion de la Gala, era un reto más al que nos enfrentábamos ya que nunca habíamos realizado algo parecido. Era una de las partes más fundamentales de la Gala, ya que toda puesta en escena debe tener una planificación previa.

Para su realización contamos con el departamento de protocolo y posteriormente para su supervisión con nuestro coordinador de departamento Jon Dornaletxe y el profesor Alejandro Buitrago.

Para la realización del Guion, previamente el departamento decidió unas normas que debían de regir el mismo:

- Eliminar el uso de bromas o sarcasmos referidos tanto a las autoridades de la universidad como a las externas. Se tomó esta decisión ya que en Galas anteriores, sí se produjeron y consideramos que no eran adecuadas.
- Introducir videos creados por nosotros durante la gala de forma que el público se mantuviese siempre atento al espectáculo y no cayésemos en la monotonía de la gala.
- Factor Sorpresa, teníamos claro desde el principio que queríamos sorprender al público de alguna forma. Por eso, guardamos el secreto de una tercera presentadora hasta el comienzo de la gala.
- Fuera machismos, en otras galas observamos como el hombre en ocasiones hacía comentarios referidos a la mujer, claramente en forma de broma, pero

veíamos innecesario introducir estas referencias.

- El guion debía ser divertido, el espectador debía divertirse a lo largo de la gala. Las bromas tenían que tener referencia tanto al grado de Publicidad y Relaciones Públicas y al festival Publicatessen, pero no debíamos olvidar a aquellos espectadores ajenos a estos mundos.
- Incluir la temática de la Edición de este año.
- Respeto y agradecimientos a las instituciones patrocinadoras. Considerábamos que esta edición eran más necesarios que ningún año ya que sin ellas el Festival no hubiera salido adelante.
- Mayor brevedad posible, además de puntualidad en su representación. Queríamos una gala dinámica, que no se extendiera ni se hiciera densa para nuestros espectadores.

Para un mayor control de la gala, realizamos dos guiones.

- **Guion completo:** en el reflejamos toda la planificación de la Gala. Desde la conversación de los presentadores como la música, iluminación, microfonía, asistentes que suben al escenario, entrega de premios y los diferentes movimientos de los actores dentro y fuera del escenario.  
Principalmente elaborado por Carmen Pérez Coordinadora de Protocolo, con la ayuda del resto del departamento así como de Jon Dornaletxe y Alejandro Buitrago.
- **Guion técnico o escaleta,** donde se refleja de manera esquemática todos aquellos cambios de iluminación, música, sonido, microfonado y video de cada momento del espectáculo. Necesario para que el equipo de técnicos conociese todos los movimientos durante el espectáculo.  
Este, fue elaborado principalmente por Adrián Guzmán Coordinador de la Gala junto con la ayuda de Laura Prieto secretaria del Departamento de Gala así como de Jon Dornaletxe.

Tras la elaboración de los primeros bocetos del guion, en el mes de febrero, el departamento de Gala comenzamos a ensayar con los presentadores. No podíamos ensayar en el mismo escenario en el que se desarrollaría la gala por lo

que buscamos alternativas como el salón de actos de la escuela de Magisterio así como del instituto Andrés Laguna.

Queríamos que los presentadores se sintieran a gusto con su papel, por lo que, según íbamos ensayando y desarrollando el guion, lo consultábamos con ellos y hacíamos modificaciones acordes con su opinión. Una vez el guion ya estaba consolidado, comenzamos a medir los tiempos de la puesta en escena.

El ensayo general en el escenario donde se desarrollaría la gala, se realizó el 24 de marzo. Este ensayo lo realizaron los dos presentadores, pero con la ausencia de Amalia, ya que era sorpresa para el público y no podíamos arriesgarnos a que la vieran. Amalia, desarrolló el guion por primera vez en el escenario en la misma gala.

#### **4.2.6 Presentadores y azafatos**

- **Presentadores**

Para la elección de los presentadores, organizamos un casting el 9 de noviembre de 2016 donde todo aquel que formará parte del último año del grado de Publicidad y Relaciones Públicas excepto aquellos que formaban parte de junta directiva, y coordinadores y secretarios de los departamentos.

Tras la realización del casting, tanto el departamento de gala como la Junta Directiva deliberamos quien eran los elegidos para ser los presentadores de la novena gala de Publicatessen. Una semana después del casting comunicamos mediante una carta a todos los participantes la decisión del jurado.

Para ojos de toda la universidad, los presentadores de la gala eran Martín Polonsky e Ismael García, pero además también lo sería Amalia González que se mantuvo en secreto hasta el mismo día de la gala, donde hizo una aparición inesperada.

- **Azafatos**

Durante el desarrollo de la gala y momentos previos necesitábamos ayuda externa, ya que el departamento no era demasiado extenso y requerimos de ayuda para algunas tareas. Para ellos contamos con unos azafatos alumnos de otros cursos que se presentaron voluntariamente a la colaboración con el festival.

Contábamos con 10 azafatos las cuales desempeñaron diferentes tareas, por un lado debían de controlar el acceso de entrada, también la orientación y ubicación de los asistentes en sus asientos, y el control y la supervisión de los asistentes en la gala. Parte de ellos, participaron en el espectáculo como guiaban de nuevo a los asistentes que acudían al escenario a sus asientos. Para el cocktail, nos ayudaron otros 6 azafatos, desde la decoración al control de acceso de los asistentes, como a la supervisión del catering.

Los azafatos de la gala fueron controlados y supervisados, por la Secretaria de Protocolo y la Secretaria de Gala y los azafatos del cocktail, por el Coordinador y la Secretaria de Gala.

#### **4.2.7 Iluminación y Sonido**

Al tener que organizar todo de cero, no contábamos con el material de sonido ni de iluminación, y dada a la importancia que tenía para convertir el ágora en un escenario inmejorable, decidimos contactar con diferentes profesionales del sector del espectáculo. Tras un análisis de las diferentes empresas, optamos por “Track 13 Segovia” la cual se encargó del montaje y la ejecución del sonido y la iluminación.

Los diferentes elementos que contratamos para el acto fueron:

- Instrumentos de **Iluminación**:

- Seis proyectores de recorte, tres de 575W y tres de 750W

- Dos proyectores asimétricos, de 1KW de potencia
- Cuatro pares de Led RGBW, de 200W de potencia, de color morado.
- Dos proyectores asimétricos, de 1KW de potencia
- Mesa de control de iluminación
- Instrumentos de **Sonido**:
  - Dos monitores Electro Voice SXA - 250.
  - Sistema de sonido JBL SRX 700 Series 6900W.
  - Cuatro micrófonos inalámbricos

#### 4.2.8 Decoración

Debido a que el ágora es uno de los lugares más concurridos por los alumnos del grado, por lo que estábamos muy familiarizados con él debíamos darle un lavado de cara y decorarlo para el acto.

El atrezzo que se utilizó para la producción de esta Gala, tuvimos que emplear parte del tiempo en decidir y organizar que elementos decorativos queríamos para el ágora, personalmente fue una de las funciones principales que gestioné. Desde la búsqueda de patrocinio junto Irene Balbuena, Secretaria de Protocolo como los elementos con los que queríamos vestir el escenario.

Desde que se decidió que la gala se realizaba en el Ágora, nos recorrimos todas las tiendas de Segovia donde pudiéramos encontrar elementos decorativos o donde nos pudieran patrocinar parte de los mismos. También me desplace un día hasta Valladolid, para la compra de elementos necesarios para el atrezzo.

Tanto el mismo día de la gala como días posteriores, comenzamos a preparar los elementos decorativos. Para ello contamos con la ayuda de los dos departamentos, el de Protocolo como el de Gala.

Los objetos que formaron parte del decorado del Ágora de la universidad, encontramos:

- Alfombrado. Necesitábamos de alguna forma vestir tanto los pasillos, el escenario como las escaleras exteriores de la universidad. El alfombrado fue proporcionado por el vicerrectorado del campus D. Juan José Garcillán García. Moquetas de 22 metros de largo y 2 metros de ancho, que recortamos y colocamos el departamento de Gala.
- Lona de Craft. El ágora del campus cuenta con bastantes cristaleras, por las cuales entra mucha luz. Para no entorpecer la visión del espectador, decidimos tapar con esta lona negra, las cristaleras de las puertas principales. Realizado por Laura Prieto, secretaria de Gala e Irene Balbuena, secretaria de Protocolo.
- Jarrones de luces. Fueron utilizados para la decoración de los pasillos. Eran jarrones transparentes los cuales habíamos rellenado con piedra blanca y colocado luces blancas. Con esto queríamos conseguir una luz ambiente, sin molestar al público.
- Letras decorativas. Elaboramos unas letras decorativas bajo el nombre de Publicatessen, estas estaban compuestas por placas de polietileno que fueron talladas y posteriormente recubiertas por tela. Fueron realizadas por el departamento de Gala y Protocolo. Además, el departamento de Jornadas nos prestó unas letras decorativas utilizadas durante las ponencias, bajo el nombre de "Digitivity", colocadas en las mesas laterales de los técnicos de la Gala.
- Guirnaldas de las columnas. Tiras de papel de color granate que fueron colocadas alrededor de las columnas para dar color y situación a las mismas. Colocadas por el departamento de Gala.
- Lonas de Rejilla. Estas de 6,5 metros de altura por 12 metros de ancho. Fueron utilizadas como elemento decorativo para tapar el Truss en el que estaban colocados los Focos de luz. En ella, aparecía diseñado el Tema de la Edición.

#### **4.2.9 Premios**

Los premios que se entregan en este festival publicitario se denominan acuetruchos y son entregados a aquellos ganadores de las diferentes categorías.

Cada año el diseño de los premios varía, y en esta edición nos decantamos por la empresa “Acottado. Diseño y fabricación.” que los fabricaría con placas de acero talladas a mano. El diseño de los galardones fue creado por el departamento de diseño que previamente preparó diferentes propuestas que fueron votadas por el departamento de Gala junto al departamento de Protocolo.

El diseño seleccionado se componía de una pieza metálica la cual incluía el logotipo de del festival en metacrilato translucido de color morado, color corporativo de Publicatessen. Además para cada premio estaba grabado en el acero tanto el nombre de la categoría como el de la edición del festival.

#### **4.2.10 Patrocinio**

La realización de este festival no sería posible sin el patrocinio que ofrecen instituciones y empresas tanto de la ciudad de Segovia como a nivel nacional. Su colaboración además de hacer posible la edición vigente, se guardan fondos para poder arrancar la próxima edición como se viene haciendo años atrás.

- **Patrocinadores**

Para ser patrocinador de Publicatessen 2017 su aportación debería de superar la cifra de ochocientos euros. De esta forma por medio de sus logotipos las empresas e instituciones aparecen en el Photocall que se colocó en la entrada principal de la gala y donde todos los invitados y asistentes se realizan las fotografías como posteriormente en el Cocktail.

Los Patrocinadores de la Gala, se encontraban:

- Campus María Zambrano de Segovia.
- Universidad de Valladolid.
- Deportes Universidad de Valladolid.
- Ayuntamiento de Segovia.
- Ayuntamiento Valverde de Majano.
- Diputación de Segovia.

- Miami Ad School Madrid.
- The Atomic Garden.
- Zink Project Madrid.
- Complot Barcelona.
- Onda Cero Segovia.
- Fundación Biblioteca de Ciencia y Artillería de Segovia.
- Fundación Caja Segovia.
- Black Sunrise.
- Hyundai.
- Mixta.

- **Colaboradores**

Aquellos que no superaban la cantidad fijada, pasaban a ser colaboradores. No aparecían en el Photocall pero aparecieron en la revista del festival así como en la página web oficial del Festival Publicatessen.

Los colaboradores de la Gala, fueron:

- Junta de Castilla y León.
- Rico Soft.
- Las delicias de Cristina.
- Todo Útil.
- El Sitio.

#### **4.2.11 Cocktail**

Tras finalizar la Gala, la noche continúa con un Cocktail para los asistentes. Debido a la amplitud de la localización comenzamos a buscar una ubicación que nos diera aforo para todos y que además no tuviéramos que desplazarnos demasiado.

Los restaurantes de la zona centro de Segovia no contaba ninguno con la capacidad requerida por lo que decidimos primero buscar un local lo suficientemente amplio y posteriormente contrataríamos el catering.

El local escogido fue el *Torreón de Lozoya*, que además de contar con diferentes salones, nos daba la oportunidad de disfrutar de su precioso patio. Y el servicio de catering fue contratado al restaurante *Casa Duque*”, quien con nuestra ayuda acondicionó la zona con una serie de barras y mesas.

Toda la organización, contratación y supervisión del cocktail fue realizado por el coordinador de Gala, Adrián Guzmán y la secretaria de Gala, Laura Prieto.

#### **4.3.12 Comunicación del evento**

Sabíamos de la importancia de comunicar tanto el evento como todas aquellas novedades respecto a la gala, para así enganchar al público. Creamos una serie de videos y publicaciones, anteponiéndonos a lo que iba a ocurrir en la Gala.

Para ello contamos con la colaboración del departamento de Comunicación, que era el verdadero encargado de llevar dicha comunicación. Los medios utilizados para la comunicación fueron:

- Redes sociales: éramos conscientes de la importancia que hoy en día tiene este medio, y por ello considerábamos que toda aquella información interesante para nuestro público debíamos comunicarla por este medio. Principalmente las redes sociales utilizadas eran Instagram, Twitter y Facebook, esta última con especial importancia. Facebook es la red social con más seguidores de la organización y considerábamos que era la más efectiva para llegar a nuestro público.
- Mediante nuestra página web
- Ruedas de prensa por parte de la Junta directiva, donde se convocaba a los diferentes medios de la ciudad de Segovia.
- Cartelería las cuales se difundían tanto por las redes sociales como por el campus.
- Revista del Festival, realizada por el departamento de Patrocinio y el de Jornadas.
- Y sobre todo el “Boca a boca”. Nuestro público principalmente son los alumnos del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de forma que si

ellos estaban informados de las novedades, la información se iba extendiendo por el campus.

### **4.3 Durante el evento**

#### **4.3.1 Realización**

A continuación se muestra el resumen de las actividades que se llevaron a cabo tanto el día anterior de la gala como el mismo día, además de las personas que se encargaron de realizarlas.

#### **MONTAJE, JUEVES 23 MARZO**

09:00h. El departamento de Gala se reúne en el Ágora con la Junta Directiva para la organización de las actividades anteriores a la gala.

10.00h. Colocación de las sillas en el ágora, con la ayuda de la Conserjería de la Universidad y el departamento de Protocolo.

10.30h. Llegada de los técnicos del Ayuntamiento para el montaje del escenario.

11.00h. Montaje de la iluminación por los técnicos de la empresa Track 13.

12.00h Instalación de servicio de Streaming, por José Antonio y servicio de Audiovisuales de la Universidad de Valladolid.

Colocación de la moqueta en el Ágora y el Escenario, por miembros del departamento de Gala y Protocolo.

13.00h Ensayo general con los presentadores en instituto Andrés Laguna, por coordinadora y secretaria de Protocolo.

15.30h Impresión de la numeración de sillas, departamento de Gala y Protocolo.

16.30h Recuento de Autoridades que asisten al acto y recolocación de asientos,

por el departamento de Protocolo.

Colocación del Atrezzo del Escenario, por departamento de Gala. 17.00-20.30h  
Ayuda en el montaje del sonido, departamento Gala, Protocolo, Diseño y Junta Directiva.

Reunión con los azafatos de la Gala para explicarles sus funciones, por departamento de Gala

Recolocación de asientos, por departamento de Protocolo.

20.30h Prueba de Iluminación, Sonido y entrega de premios con los sobres reales, con presentadores; por técnicos Track 13, coordinador del departamento de Gala y coordinadora del departamento de Protocolo.

#### **MONTAJE, VIERNES 24**

08.30h. Llegada a la Universidad de técnicos Track 13, Departamento de Gala, Protocolo, Junta Directiva y Diseño.

Instalación de música de la Gala, técnicos de sonido Track 3 y Coordinador y secretaria de Gala.

09.00h. Impresión de guiones finales, tarjetas de presentadores y tarjetas de premios, coordinador de Gala.

09.30h. Recolocación de premios y papeleo, departamento de Protocolo

Visita Torreón de Lozoya y reunión con jefa de catering, departamento de Gala.

12.00h. Colocación de numeración de sillas, disposición de asientos y tarjetas autoridades, departamento de Protocolo.

12.30h. Colocación de Photocall, corazón de luces, decoración. Llevado a cabo por departamento de Gala y Protocolo con la colaboración de resto de departamentos.

15.00h. Colocación moqueta escalera, revisión de guiones, sobres Ganadores y

premios, por departamento de Gala y Protocolo.

16.30h. Última prueba de Iluminación y Sonido, prueba de Walkies. Por técnicos Track 13 y coordinador de Gala y coordinadora de protocolo.

17.35h. Llegada de Azafatos.

17.50h. Llegada de Fotógrafos.

18.15h. Apertura de puertas al público.

19.00h. Cierre de puertas.

19.10h. Inicio de la Gala.

#### **4.3.2 Tareas del departamento el día del evento**

Durante el transcurso de la Gala, las tareas de la misma estuvieron divididas en varios grupos de personas:

- **Regidores de la Gala.** Eran los encargados de supervisar y regular el correcto funcionamiento de las tareas desempeñadas por los diferentes grupos de trabajo, relegados en otros componentes del departamento. El equipo estaba compuesto por los coordinadores de Gala, Protocolo y Diseño, controlaba el Guion técnico. Concretamente:
  - Carmen Pérez, controlaba las entradas y salidas a escena de los presentadores, así como del resto de actores.
  - Adrián Guzmán, controlaba la correcta puesta en marcha de la iluminación, la regulación del microfonado y la música.
  - Pablo Izquierdo, controlaba la correcta puesta en marcha de la proyección de la bobina en el Videowall.
- **Técnicos de Iluminación y Sonido.** El equipo estaba compuesto por el personal de la empresa Track 13, contratada por la organización. Ellos eran los

encargados de la realización, supervisión y puesta en marcha de la iluminación y el sonido durante la gala. El equipo contaba con el apoyo del guion técnico, realizado por el departamento de Gala, donde se plasmaban los movimientos de iluminación y sonido del espectáculo.

- **Técnicos de Videowall.** El equipo estaba compuesto por José Antonio de Miguel, Ingeniero técnico de Audiovisuales del Campus María Zambrano y Pablo Izquierdo Coordinador del departamento de Técnicos de Streaming. Eran los encargados de la realización, supervisión y puesta en marcha de las actividades proyectadas en el Videowall durante la gala, así como del servicio de Streaming.
- **Supervisores de Gala.** El equipo estaba formado por Irene Balbuena Secretaria del departamento de Protocolo y Laura Prieto Secretaria del departamento de Gala. Encargadas de la supervisión y asesoramiento de los grupos de los azafatos, así como de cualquier problema que surgiera en el Ágora. Debíamos controlar además el camino de los actores y ganadores hasta sus asientos tras bajar de escenario, problemas detrás del escenario.

En mi caso estaba conectada con Carmen, la cual estaba rigiendo la puesta en escena de los presentadores desde la parte posterior del escenario, junto a los mismo. Para tener apoyo, por cualquier problema, debía de ir controlando el guion y cualquier problema o fallo en el escenario, debía de comunicárselo inmediatamente para que ella lo solucionase con la mayor brevedad posible.

También estaba conectada por walkies con parte de los azafatos, por un lado los que se encontraban en las puertas de acceso por si hubiese algún problema en el acceso de asistentes como durante la gala, ya que una vez comenzada la gala no podía entrar nadie en el ágora.

- **Fotógrafos.** El equipo estaba formado por los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas, Nicolás Rodríguez y Sergio Urriaga, contratados por el

festival. Estos estaban encargados de fotografiar por un lado, a los asistentes de la gala tanto en el photocall como durante el evento y a los propios presentadores en su puesta en escena. Posteriormente también estuvieron en el Cocktail fotografiando a los asistentes.

## 5. Objetivos

Desde la Junta Directiva, se establecieron unas competencias determinadas para cada departamento, posteriormente es el departamento quien debe marcar unos objetivos acorde a estas.

El objetivo principal:

- Conseguir que la Gala de la IX Edición del Festival Publicatessen, se produjera de forma correcta y acorde con la esencia tanto del festival como del Campus María Zambrano.

Los objetivos secundarios:

- Debido a la gala se desarrollaría en el Ágora del campus María Zambrano, por un lado, desvincular el festival al Teatro Juan Bravo de Segovia y por otro lado, conseguir que el Ágora se convirtiera en un escenario totalmente diferente al que estamos acostumbrados.
- Dar a conocer el festival fuera de nuestro Campus, de nuestra Universidad y de nuestra Comunidad Autónoma.
- Obtener repercusión en los medios de comunicación y en las redes sociales.
- Obtener una mayor asistencia a la gala que en pasadas ediciones y una mayor participación en el festival por parte de los alumnos.
- Lograr que estos trabajos presentados tuviesen una calidad a la altura del Festival. Conseguir que los participantes se involucrasen más y trabajasen a fondo las piezas presentadas.
- Mostrar una imagen profesional de los alumnos de Publicidad y relaciones Públicas del Campus María Zambrano de Segovia.

- Dar a conocer el grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, y animar a aquellos posibles futuros estudiantes del grado que se vengan a nuestro campus a cursarlo.

## 6. Estrategias

La estrategia pone el acento en el “cómo” organizamos nuestros recursos técnicos, materiales, económicos, como humanos para lograr hacer realidad con la mayor eficacia los objetivos.

Las estrategias se establecen temporalmente y se diferencian en corto, medio y largo plazo. La planificación estratégica se refiere a todo el proceso reflexivo que lleva a establecer una estrategia a seguir. Todo este proceso de planificación estratégica, debería orientarse a conseguir los mejores resultados en cuatro grandes áreas de influencia: sus stakeholders o públicos de interés, sus procesos, el aprendizaje y crecimiento organizativo de las personas, y los resultados.

Las estrategias definidas por el departamento de Gala fueron:

- Especificar las tareas de cada miembro del departamento, para así lograr mayor productividad y eficiencia en el trabajo realizado.
- El equipo estaba formado por solo cuatro integrantes, de dos departamentos diferentes, por lo que teníamos que trabajar como un equipo y ayudarnos en nuestras tareas individuales.
- Ir organizando todo con tiempo y poco a poco. Teníamos demasiadas tareas que realizar para llevar a cabo el festival, por lo que debíamos organizarnos e ir liquidando tareas.
- Conseguir colaboradores o patrocinadores, junto al departamento de patrocinio, para que el gasto de Gala supusiera el mínimo presupuesto posible.
- Queríamos más comunicación e información sobre la gala tanto en redes sociales como en las diferentes plataformas que teníamos al alcance.
- Para la contratación de los diferentes servicios, comparar y estudiar cada uno de los proveedores y decidir el más conveniente tanto económicamente como por sus servicios.

- Llamar la atención de nuestros posibles espectadores durante la preparación del festival. Teníamos que estar presentes todo el año en la cabeza de todos aquellos.
- Motivar a todos aquellos alumnos, ex alumnos y profesores a que participaran en nuestro festival.
- Centrarnos en conseguir una localización para la gala en la ciudad de Segovia, que nos permitiera realizar el acto y también que nos proporcionara más espacio para poder aumentar el número de asistentes.
- Mantener buena relación con los coordinadores y secretarios de otros departamentos, de forma que pudiéramos ayudarnos y apoyarnos en cualquier tarea a realizar.
- Para conseguir una Gala recordada, teníamos que dedicar mucho trabajo, esfuerzo y tiempo en la realización del guion. Sabíamos que era uno de los pilares fundamentales del Festival.

## 7. Resultados

Tras la finalización de Gala, en días posteriores el departamento de Gala nos reunimos para analizar y evaluar nuestro trabajo. No solo de la Gala si no de todo el trabajo que realizamos hasta llegar al día del evento.

Por un lado toda la organización y trabajo que realizamos antes del día de la Gala. Logramos realizar todas nuestras tareas a tiempo. Sí es cierto que los primeros meses, estuvimos más relajados y también dispersos pero desde el mes de enero comenzamos a trabajar duramente.

Conseguimos realizar todas las tareas que nuestro departamento debía llevar a cabo, además los componentes del departamento nos compenetramos a la perfección y nos ayudamos y trabajamos en todo juntos. También realizamos un buen análisis y comparativa de todos los servicios que teníamos que contratar, y tanto la iluminación como el sonido de la gala fue correcto.

Respecto a la gala, no tuvimos ningún incidente destacable, surgieron pequeños problemas que pudimos resolver durante su transcurso. El ágora se convirtió en un verdadero escenario para el espectáculo, irreconocible para los asistentes y perfecto para la puesta en escena de la gala.

Conseguimos que todas aquellas personas que quisieran asistir lo pudieran hacer, nadie se quedó sin su sitio en la gala. Años anteriores, el Juan Bravo tiene plazas limitadas pero nosotros con el ágora podíamos ampliar el número de asistentes.

Los medios de comunicación tanto escritos como digitales de la localidad opinaron positivamente sobre el Festival, caracterizándonos como una edición única.

Muchas fueron también las opiniones positivas por parte del profesorado, alumnos y ex alumnos del campus María Zambrano, asombrados sobre todo por la puesta en escena de nuestros presentadores y por el gran cambio que sufrió el ágora.

El streaming fue un éxito ya que tras la gala, los técnicos de audiovisuales de la Universidad de Valladolid nos informaron que el volumen de espectadores superó las expectativas.

Durante la gala creamos un hashtag #publicatessen2017, en la que los asistentes fueron generando bastante contenido durante las casi dos horas de duración.

Respecto al cocktail organizado después de la gala, nosotros contratamos por un lado la localización, el Torreón de Lozoya, y por otro, el catering por parte del restaurante "Casa Duque". Durante el transcurso del cocktail, se iba sacando tanto la comida como la bebida bajo demanda. El problema llegó cuando comenzó a acabarse, no habíamos contratado suficiente catering para los asistentes o no todo el que se necesitaba. Recibimos diferentes quejas por parte de los asistentes, ya que alguno de ellos no pudo disfrutar del catering al completo.

Pero sobre todo el reconocimiento de tu familia, amigos, compañeros y profesores, que vieron nuestra implicación con el festival y el trabajo que supuso sacar adelante un gala como esta.

## 8. Conclusiones

Año tras año, en el campus María Zambrano en el Cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas realizamos el Festival Publicatessen. Tras la realización y palpitación en la novena edición, concluyo en:

- Hemos conseguido tanto aumentar el número de asientos para la visualización de la Gala como el aumento de asistencia, ya que todas las entradas disponibles fueron vendidas.
- También logramos convertir en un escenario diferente el ágora del campus María Zambrano y así desvincular la imagen de la gala del Teatro Juan Bravo.
- Conseguimos repercusión en los medios de comunicación y en las redes sociales. Esta repercusión fue favorable y positiva para el Festival, ya que los asistentes quedaron encantado con la gala.
- Gracias a esta repercusión, pudimos dar a conocer un poco más nuestro Campus y de la misma manera el grado de Publicidad y Relaciones Públicas.
- Además los presentadores consiguieron conectar a la perfección con el público y toda su puesta en escena fue apoyada por los mismos.
- Respecto a las piezas presentadas, además de un mayor número de piezas entregadas, estas piezas estaban muy trabajadas y estaban a la altura de nuestro festival.

En resumen, hemos logrado producir la Gala de la IX Edición del Festival Publicatessen al completo viéndose así la capacidad y el nivel de los alumnos de Publicidad y relaciones Públicas.

Como secretaria del departamento de Gala, no me gustaría finalizar sin contar tanto mi experiencia como aprendizaje en este proyecto.

Desde el día en el que decidí abordarme en este proyecto hasta el mismo día de la Gala, no he dejado de aprender y de superar mis límites. Cuando comenzamos, el departamento estaba formado por más de ocho compones pero finalmente solo fuimos cuatro los integrantes del departamento de Gala y Protocolo, ya que unimos varios departamentos para sacar adelante la Gala. Ser tan pocos componentes nos supuso mucho trabajo para cada uno de nosotros, pero de esto nos hizo unirnos, ayudarnos y realizábamos la mayoría de las tareas juntos.

Tuvimos que crear la Gala desde el punto cero. No teníamos ubicación, ni escenario, luces, sonido, asientos...no teníamos lo básico con lo que otras ediciones partían de cero. Gracias a ello, nos esforzamos y nos involucramos mucho más con el festival, teníamos que ser capaces de sacar adelante la Gala y demostrar a todos que éramos una edición especial.

Lo conseguimos, todo salió a la perfección hasta nosotros mismos nos impresionó de lo que habíamos sido capaces de crear. Lógicamente, no todo es positivo, también tuvimos nuestros días de desesperación y de no dar más abasto pero todo ello nos ayudo a aprender. También tenemos que agradecer a los componentes de otros departamentos que nos apoyaron y nos ayudaban en todo lo que nosotros les pedíamos.

Ha sido una de las mayores experiencias de mi vida, tanto como estudiante como profesional, ya que considero que organizar algo tan grande, te introduce un paso más en lo que va a ser tu vida profesional.

## 9. Aportaciones

Para próximas ediciones citar determinados aspectos que considero que son relevantes para tener en cuenta para la organización y el desarrollo de la Gala:

- Componentes del departamento y sus funciones. Todo componente debe tener unas funciones y tareas individuales pero también realizar la mayoría de las tareas junto al resto del departamento. De esta forma se hace más ameno, divertido y aprendes a trabajar en equipo.
- Animar a la promoción para que cuanta más gente participe y sea componente del festival mejor, siempre hay mucho trabajo que hacer y si se reparten las tareas entre más gente mejor.
- En cuanto a mi función de secretaria de Gala, la mayor parte de las tareas las realizaba junto al Coordinador y esto nos hizo aprender más de todo a los dos pero siempre siendo consciente de que la última palabra la tiene el coordinador.
- Los azafatos son voluntarios que se ofrecen a ayudarnos durante la gala y el cocktail, tener reuniones puntuales con ellos en los días previos al evento os ayudara a coordinarlos mucho mejor y a ellos mismos ha saber cual es su función en cada momento.
- Tener en cuenta siempre a la promoción, en todos los sentidos, si se necesita ayuda, diferentes puntos de vista, mejoras para el festival, etc. Aunque no sean participes del festival los compañeros de promoción siempre van a apoyar al festival si es necesario.

- Si se puede realizar en otra localización diferente mejor, de esta forma la organización como los departamentos tienen que afrontar dificultades y nuevos retos y el aprendizaje será mucho mayor.
- No olvidar la importancia de los asistentes tanto a gala como al cocktail, por ejemplo, nosotros tuvimos un problema con el catering y nos faltaron existencias para los invitados.

## **10. Bibliografía**

Campos, G. (2013). Producción de eventos. La puesta en Escena del Protocolo. Editorial Protocolo.

Fuente, C. (2016). Técnicas de organización de actos. Ediciones Protocolo.

García, M. (2013). Los eventos como herramientas de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales.

Goldblatt, J.J. (1990). Special events: the art and science of celebration. Van Nostrand Reinhold.

Urkiola, M. (2015). Diseño y planificación de un evento. Máster en diseño y organización de eventos empresariales, ESDEN Business School.

*<http://festivalpublicatessen.com/>*

*<http://dle.rae.es/>*