

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2018-2019

XI EDICIÓN DE PUBLICATESSEN: METAMORFORSIS PUBLICITARIA

Departamento de Gala

KIARA CRISTINA HIGINIO CARRIL
AINHOA MÉNDEZ HERNÁNDEZ

Tutora: Marian Núñez Cansado

SEGOVIA, JULIO de 2019

AGRADECIMIENTOS:

En general, agradecer a todo el equipo de la XI Edición de Publicatessen, ya que sin ellos, no habría sido igual, ni podría haberse llevado a cabo.

A los profesores, cuya ayuda ha sido crucial en este proceso: Alex Buitrago y Cristina Vela, por su apoyo en la estructura y diseño del guión; Ángel Orejana, por su asistencia en todos los temas burocráticos y legales; a José Antonio y Alberto por estar siempre dispuestos a ayudar sin pedir nada a cambio; y a Marian Núñez y Alberto Martín, por confiar en nosotras y hacer que este Festival siga vivo.

Y, en especial, a todo el departamento de Gala, que sin su apoyo, esfuerzo y dedicación, no habríamos llegado tan lejos.

A nuestros elegantes presentadores y amigos Adrià y Diego, gracias por ponérselo tan fácil.

A nuestros guionistas favoritos Marcos y Miguel Ángel, por hacer una gala de diez.

A nuestras niñas Silvia, Claudia, Andrea R, Andrea M, Ana, y Gema, por su capacidad para afrontar las tareas con madurez y una gran responsabilidad.

Y, por último pero no por ello menos importante, a nuestras familias por su apoyo incondicional en momentos de flaqueza.

A todas ellas, millones de gracias.
Os queremos Ainhoa y Kiara.

ÍNDICE:

1. Introducción	pág. 5
2. Marco teórico y justificación	pág. 7
2.1. Contexto	
2.2. Competencias adquiridas del programa del grado de Publicidad y Relaciones Públicas	
2.2.1. <i>Competencias generales</i>	
2.2.1.1. <u>Demostrar que comprenden y poseen conocimientos del campo científico del grado</u>	
2.2.1.2. <u>Aplicar los conocimientos a su vocación o trabajo de manera profesional</u>	
2.2.1.3. <u>Tener la aptitud de interpretar y agrupar datos esenciales.</u>	
2.2.1.4. <u>Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones.</u>	
2.2.1.5. <u>Haber desarrollado habilidades necesarias para realizar posteriores estudios con un grado de autonomía alto</u>	
2.2.1.6. <u>Desarrollar compromiso ético en su profesión</u>	
2.2.2. <i>Competencias específicas</i>	
2.2.2.1. <u>Competencias específicas académicas-disciplinares</u>	
2.2.2.2. <u>Competencias específicas profesionales</u>	
2.2.2.3. <u>Competencias específicas transversales</u>	
3. Desarrollo particular de cada departamento	pág. 18
3.1. Fase de planificación	
3.2. Fase de organización	
3.3. Fase de implementación	
3.4. Fase de control	

3.4.1. Problemas encontrados

3.4.2. Innovación del departamento

4. Conclusiones y aportaciones	pág. 44
5. Bibliografía	pág. 46
6. Anexo	pág. 48

1. Introducción

Publicatessen es un festival académico de Publicidad realizado anualmente, por los alumnos del último curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Valladolid, de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación, del Campus María Zambrano.

El Colegio Universitario de Segovia dejó de estar adscrito a la Universidad de Madrid, y culminaría su proceso de integración a la Universidad de Valladolid en 2007, pero no será hasta 2009, cuando los miembros de la Cuarta Promoción de la Licenciatura de Publicidad, con la ayuda de la Coordinadora de Publicatessen Marian Núñez, deciden formalizar todas las actividades que se realizaban en esa semana, creando así, desde hace más de 11 años, lo que en la actualidad conocemos como Publicatessen.

El nacimiento de este festival académico se remonta a los primeros congresos, que se llevaban a cabo cada año, durante el mes de mayo en el Colegio Universitario de Segovia Domingo de Soto, bajo el nombre “La Semana de la Publicidad”.

Lo que actualmente se conoce como la gran Gala de Publicatessen, hace 11 años era denominada “La noche de la publicidad”, que, debido a constantes problemas meteorológicos, no sería hasta el tercer año, desde el cambio de nombre, cuando se comenzó a realizar la Gala en el Teatro Juan Bravo, cedido cada año por la Diputación de Segovia, hasta entonces, se llevaba a cabo en la plaza Juan Bravo.

La organización de la undécima edición del festival Publicatessen se conformó entre mediados del mes de septiembre y octubre del 2018, empezando con la elección de la Junta Directiva mediante una votación democrática, a la cual estaban convocados a votar todos los alumnos matriculados de 4º Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la sexta promoción.

La Junta Directiva de esta edición quedó conformada de la siguiente manera, como presidente fue elegido Pedro Fúnez Capitán, de vicepresidenta Patricia Pando Torre, secretaria Teresa García López, y vicesecretaria Dania García González y, como tesorero Julián Pacios Martínez.

A la semana siguiente se formalizaron todos los departamentos organizadores del festival, como el departamento de Jornadas, comandado por la coordinadora María Gutiérrez García, quien junto a su equipo se encargaría de buscar a ponentes que representen a cada perfil del sector publicitario, y diseñar el calendario para los cuatro días de charlas y talleres.

El departamento de Comunicación, encabezado por la coordinadora Isabel Ruiz Carballo, cuya función era la de dirigir la comunicación interna y externa del Festival mediante todos sus canales.

El equipo de Diseño y Arte, coordinado por David Marques Ardila, cuyas tareas estaban enmarcadas en el contexto de la identidad visual corporativa de la edición de la *Metamorfosis Publicitaria*.

El departamento de Protocolo, a cargo de Alba Claudio Becerril, que junto al de la Gala, se encargarían de los aspectos protocolarios del festival, en otras ediciones estaba dentro del departamento de Gala, pero esta edición se consolidó como uno independiente.

El departamento de Patrocinio, en manos de Patricia Mena Domínguez, considerado el motor económico de la asociación, puesto que su labor principal es la de conseguir patrocinadores y colaboradores que quieran ayudar económicamente, o colaborar de alguna manera con la causa.

El equipo de Responsabilidad Social Corporativa, a cargo de Sara Hermo Estévez, un departamento relativamente nuevo, pero que en esta undécima edición contribuiría de manera más activa y voluntaria a la mejora de la sociedad segoviana.

El equipo de Tardecitas con Ana López Esteban al mando, gestores de todos los eventos culturales y fiestas promocionales para recaudar fondos a lo largo de los siete meses que dura la planificación del festival.

Y, el departamento de la Gala de Publicatessen conformado por la Coordinadora Kiara Higinio Carril, Subcoordinadora Ainhoa Méndez Hernández, por la secretaria Silvia Puga García, el subdepartamento de guion (literario, técnico y de sonido) lo constituyeron Marcos Cortés Lloret, Miguel Ángel Martínez Valero y Andrea Retamero Almenara, cuya función era el diseño de la estructura y contenido del guion literario y técnico; el subdepartamento de ambientación y decoración lo conformaron Claudia de la Mata Chesa, Andrea Moreno Velázquez, Ana Martín Quirós y Gema Arribas García, entre las funciones que desempeñaban estaban las de conseguir todo lo necesario para decorar el teatro, el recinto donde se realizaría el cóctel, atrezzo, y demás elementos necesarios para la ambientación de la Gala a la temática.

Al igual que la elección de la Junta Directiva, la elección de la temática que definirá la edición fue elegida de manera democrática, y el tema ganador fue la *Metamorfosis*

Publicitaria, entre otros temas como *Your own way*, *Trendation*, *Storydoing*, *Love Marks*, *Duplicidad*, etc.

Metamorfosis Publicitaria es un concepto que reúne los cambios que el sector publicitario ha experimentado, durante los últimos cuatro años, en los que la VI Promoción de Publicidad y Relaciones Públicas ha estudiado en la Universidad de Valladolid, hasta llegar a la actualidad, cambios que se analizarán con más detenimiento en los posteriores apartados de este trabajo.

2. Marco teórico y justificación

2.1. Contexto

A lo largo de los últimos años, la publicidad ha experimentado una serie de cambios, generado una serie de nuevas tendencias que, a causa de la hartazgo de los consumidores hacia la publicidad convencional y tradicional, la publicidad se ha visto obligada a buscar nuevas formas de conectar con sus consumidores (Gómez, 2018); nuevos perfiles profesionales, que gracias a la transformación digital muchas empresas han tenido que reestructurar su sistema de trabajo, asumiendo la necesidad de buscar nuevos perfiles profesionales relacionados con lo digital, para poder relacionarse con sus clientes (Álvarez-Flores, Núñez-Gómez, & Olivares-Santamarina, 2018); y, por último, nuevas formas de hacer publicidad, como el *storytelling* o el *branded content*, que recogiendo todo lo anterior, han logrado cambiar por completo el paradigma de la profesión publicitaria.

Publicatessen, al igual que el sector publicitario, también ha experimentado una serie de cambios hasta llegar a la *Metamorfosis publicitaria*, adaptándose a las tendencias del momento, con temáticas como *Adver Trends* (2015); *Insight* (2016); *Digitivity* (2017); *10 años enamorados de la publicidad* (2018). En definitiva, la *Metamorfosis Publicitaria* explica cómo el mundo de la publicidad evoluciona constantemente, cómo se transforma y se adapta a lo que en determinados momentos se espera de ella.

Para un alumno/a del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, poder realizar un trabajo de tal envergadura, como lo es organizar el Festival Publicatessen, aporta un valor añadido en su experiencia profesional y académica.

En primer lugar, por la gran cantidad de trabajo que implica organizar un evento de estas características, que posteriormente se definirán, la responsabilidad que eso conlleva,

además de la capacidad organizativa y el aprendizaje que se pone en práctica de forma consciente. En segundo lugar, por lo que el alumnado puede aportar al festival, ya que se trata de un evento organizado por alumnos y para alumnos, que además forman parte del público objetivo, por lo tanto, conocerán las necesidades que este posee. Y, por último, la relevancia que tiene gozar de este nivel de experiencia de cara al mundo laboral, ya que, gracias a las diez ediciones anteriores de este festival, Publicatessen ha ido obteniendo gran reputación, es una práctica innovadora, que, en muchas agencias de publicidad y empresas del gremio, se aprecia y se reconoce.

Publicatessen es un festival que dota de una gran diferenciación a la Universidad de Valladolid, frente a otras carreras y universidades españolas, consolidándose como una iniciativa única entre todas las universidades de España. Siendo uno de los primeros festivales universitarios, que año tras año logra organizar unas jornadas y una Gala de entrega de premios, que da el broche final a una semana dedicada únicamente a la publicidad en Segovia.

En esta edición de 2019, el Festival Publicatessen ha adquirido mayor protagonismo internacional, gracias a la nominación al Iberian Festival Awards, en la categoría a mejor Festival Académico, llegando a ser finalista junto a otros festivales, entre los que encontramos festivales académicos de Portugal e Italia, lo que significó un gran reconocimiento, y premio al trabajo realizado durante casi 15 años.

En la actualidad, existe una gran cantidad de festivales de publicidad, tanto a nivel nacional como internacional. En estos congresos se pone en conocimiento a los asistentes, de las novedades e innovaciones del ámbito publicitario y comunicativo. En España, los festivales más apreciados por los anunciantes son los Premios a la Eficacia, Cannes Lions, El sol, y el Club de Creativos. En todos ellos se realiza una Gala de entrega de premios con un ágape posterior, al igual que en el Festival Publicatessen.

2.2. Competencias adquiridas del programa del grado de Publicidad y Relaciones Públicas

En este apartado se justificará la importancia de la participación en Publicatessen. Las competencias adquiridas durante el grado de Publicidad y Relaciones Públicas han sido implementadas de manera práctica desde octubre de 2018 hasta abril de 2019.

2.2.1. Competencias generales

Los estudiantes deben adquirir a lo largo de sus estudios unas competencias generales, las cuales son exigibles para otorgar el título del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. El Real Decreto 1393/2007 es la base de dichas competencias, ya que recoge la ordenación de las enseñanzas universitarias españolas. Dichas competencias se encuentran en el Programa Verifica del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación, y se han implementado en el departamento de Gala de la XI Edición de Publicatessen de la siguiente manera:

2.2.1.1. Demostrar que comprenden y poseen conocimientos del campo científico del grado

Durante siete meses, los integrantes del departamento de Gala han demostrado que poseen y conciben todos los conocimientos del campo científico del plan del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Nueve materias que agrupan asignaturas optativas y obligatorias son las que conforman esta formación. En estas actividades, se crean las competencias fundamentales para cumplir estos objetivos.

Los estudiantes que han pertenecido a este departamento han verificado que tienen todos los conocimientos necesarios para que la Gala Publicatessen, y todo lo relacionado a esta, se haya podido realizar. Han demostrado tener la capacidad de aplicar sus conocimientos al trabajo en las siguientes materias:

a) Materia 0: Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la comunicación y Humanidades.

Las asignaturas derivadas de esta materia dotan a los estudiantes de una cultura general y una ampliación de su conocimiento. La economía, el arte, el derecho, el marketing, entre otras asignaturas, han permanecido de forma latente durante todo el festival. La elaboración de un presupuesto, la elaboración de las bases legales de las categorías, la puesta en escena o las comunicaciones del departamento de Gala, se han logrado realizar gracias a los conocimientos que aportan estas materias.

b) Materia 1: Fundamentos de la comunicación publicitaria.

Esta materia es fundamental para el festival, ya que es la teoría básica para poder publicitar el festival. A parte de los comunicados de prensa y las publicaciones en redes sociales, se han utilizado herramientas para la elaboración del guion.

c) Materia 2: Funcionamiento del sistema publicitario.

Gracias a los conocimientos de esta materia, cada integrante ha adoptado su rol en el festival. Han aprendido a respetarse entre sí, y comunicarse, acatando las jerarquías establecidas.

d) Materia 3: Comunicación, creación y producción publicitarias.

Las bases de esta materia han sido fundamentales en la elaboración del guion, a pesar de no ser un elemento puramente publicitario, comparte aspectos similares en su elaboración. El guion ha sido una comunicación pensada en un público objetivo (estudiantes, profesores y sector de la publicidad), por lo que su creación y producción se ha basado en transmitir un mensaje ameno y entretenido a todos los asistentes.

e) Materia 4: La dimensión psico-sociocultural de la publicidad y la emergencia de los públicos.

Las asignaturas de esta materia otorgan herramientas y técnicas para conocer a los públicos. La redacción de las bases acorde con los participantes, la temática del guion relacionada con los asistentes, o el trato con todas las personas ajenas al festival, como patrocinadores, se han podido hacer gracias a los conocimientos en la dimensión Psico-sociocultural.

f) Materia 5: Teoría y técnica de las Relaciones Públicas.

El departamento de Gala ha tenido presente las asignaturas de esta materia en todo momento. Las relaciones públicas es algo esencial en la elaboración de un evento. La comunicación con instituciones públicas para lograr los objetivos, los castings realizados, y el trabajo realizado de manera conjunta con el departamento de Protocolo, han sido realizados correctamente gracias a esta materia.

g) Materia 6: Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional.

Es fundamental que todo el festival tenga una misma cultura y comunicación corporativa, por ello, cada departamento ha sabido respetar todos los intangibles para que el festival tenga una coherencia e imagen consistente. El tono de las publicaciones y el guion, la puesta en escena y el decorado, los recursos gráficos del departamento, y demás, han

permitido que haya un nexo entre todos los departamentos, creando una cultura corporativa estable.

2.2.1.2. Aplicar los conocimientos a su vocación o trabajo de manera profesional

Los estudiantes han demostrado su capacidad de planificar, realizar y valorar una práctica profesional. Se han enfrentado a problemas, de los que se hablará en el apartado 3.4.1, resolviéndolos con éxito, y probando que poseen la información necesaria para solventar contratiempos.

Publicatessen demuestra cada año que es una gran oportunidad para que los alumnos prueben que son capaces de cooperar y coordinarse entre ellos, y a su vez entre personas de otras áreas profesionales.

En el período en que se han desarrollado las distintas actividades y organización de la Gala, los estudiantes han evidenciado que saben llevar a la praxis todos los conocimientos y aspectos estudiados. Las siguientes asignaturas han permitido demostrar:

La asignatura **Protocolo y Organización de Eventos**, ha dotado a los alumnos la capacidad para adaptarse a las necesidades de cada índole. Cada acción de este evento ha cumplido necesidades particulares, consiguiendo así diferenciarse de la competencia, y llegar a su público objetivo de una manera más eficiente.

Psicología de la Comunicación premió a los alumnos con el descubrimiento de herramientas y metodologías de evaluación de Neuromarketing. Gracias al conocimiento de *Sociograph*, esta edición contó por primera vez con una evaluación de las piezas ganadoras basadas en la emoción y la atención del jurado a través de *Sociograph*, y su opinión mediante un cuestionario.

Derecho de la Publicidad otorgó los conocimientos legales y jurídicos esenciales para realizar las bases de las distintas categorías. Fue fundamental explicar cada detalle, de esta forma se previene posibles adversidades futuras.

Es fundamental conocer la parte psico-sociocultural de los nuevos públicos. **Sociología de la Comunicación** enriquece a los alumnos de destrezas y habilidades que les permitan analizar todos los procesos que acompañan a la sociedad moderna de consumo. Bauman (2013) afirma “La cultura de la modernidad líquida ya no tiene un populacho que ilustrar y ennoblecer, sino clientes que seducir” (p. 21). Nos encontramos en una sociedad en

la que se debe persuadir al público, la Gala es el broche final del festival, y los asistentes quieren divertirse y pasar un buen rato.

Técnicas de Expresión Oral y Formación de Portavoces (la primera impartida en Segovia y la segunda impartida en Málaga) dotan al estudiante de una ampliación de vocabulario, y a su vez, un entrenamiento para originar una mayor soltura y naturalidad frente a la audiencia. También les da herramientas necesarias para ayudar a los portavoces a saber cómo expresarse y hablar frente a un público. Uno mismo no conoce sus fortalezas y debilidades, necesita que una tercera persona le oriente e instruya. Gracias a estas, el desarrollo del guion, y los posteriores ensayos y dirección de los presentadores fueron posibles.

Las asignaturas como **Diseño Gráfico, Producción y Realización Publicitaria, Programas de Identidad, Dirección de Arte y Laboratorio Multimedia**, han aportado a los estudiantes los conocimientos necesarios para desarrollar su creatividad y materializar las ideas. En el caso de la Gala, el nuevo diseño del acuetrucho, las entradas o el diseño de las bases de las categorías, han sido realizados ejecutando de forma práctica los conocimientos de estas asignaturas. Con la ayuda de el departamento de diseño, el departamento de Gala ha conseguido llevar a cabo toda la imagen del festival.

Patrocinio y Mecenazgo, es una asignatura que aporta a los alumnos técnicas y herramientas para realizar el evento. Al financiado mayormente por patrocinadores y mecenas, se debe de conocer y practicar la manera de tratar con ellos, ya que son un pilar fundamental para que Publicatessen siga produciéndose año tras año.

2.2.1.3. Tener la aptitud de interpretar y agrupar datos esenciales.

El departamento de Gala demostró, gracias a la recogida de piezas y su posterior evaluación con Sociograph, tener la capacidad de reunir e interpretar datos para una adecuada praxis profesional.

Al inicio, fue necesaria la revisión teórica de la literatura científica más relevante, tanto física como en línea, para enfocar la organización de una manera más eficaz. Se consultaron libros de organización de eventos y de guion, como: *Manual práctico para la organización de eventos*, Lafuente, (2005); *El guion: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*, McKee (2002); *Producción de eventos: La puesta en escena del protocolo*, Quevedo (2008); o *¡Salva al Gato! Guía para guionistas de todos los*

argumentos del mundo, Snyder (2016). También se observó cómo otros festivales de publicidad y las generaciones anteriores realizaban todo lo necesario para llevar a cabo con éxito un evento de tal envergadura.

2.2.1.4. Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones.

Publicatessen es un festival en el que participan personas especializadas y no especializadas en el área publicitaria, por lo cual, toda la comunicación que se ha realizado en Gala ha estado enfocada a un público plural, sin abusar de tecnicismos y vocablos del gremio.

Los estudiantes han demostrado tener habilidades interpersonales. Han trabajado en grupo, y han sabido relacionarse con otras personas, pertenecientes al departamento y el propio festival, y también, personas ajenas a él.

Además, el equipo de Gala ha sabido transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto de manera física como multimedia. Personas de otras universidades con la categoría Interuniversidad, alumnos de nuestra propia facultad, instituciones públicas y privadas, empresas colaboradoras y proveedores, streaming, etc.

2.2.1.5. Habilidades necesarias para realizar posteriores estudios con un grado de autonomía alto.

Publicatessen provee a toda la organización de habilidades para un aprendizaje autónomo, reforzado por la formación universitaria que han recibido durante cuatro años. Las personas que conforman el departamento de Gala incorporaron continuamente nuevos conocimientos del ámbito comunicacional en su bagaje personal.

La iniciativa, la creatividad y la innovación, han estado presentes a lo largo de toda la preparación y organización. Además, los profesores responsables Marian Núñez y Alberto Martín, otorgaron a los estudiantes una gran libertad, aportando en ellos mucha confianza. Se pudo realizar un trabajo autónomo y profesional, con supervisión, pero con mucha autonomía.

2.2.1.6. Desarrollar compromiso ético en su profesión.

En todo el proceso, la ética estuvo presente, desde la elección de la junta, los ganadores de los acuetruchos, los presentadores, incluso los azafatos y azafatas fueron elegidos de manera democrática. No hubo discriminación ni directa ni indirecta respecto a la orientación sexual, el género, la nacionalidad o la discapacidad.

Respecto a la elección de los presentadores, se tuvo en cuenta la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres. Todos los alumnos matriculados en una o más asignaturas del cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas, eran libres de presentarse al casting. Los dos personajes de los presentadores no tenían un género concreto, sino que era neutro, pudiéndose interpretar por un hombre o una mujer. La coordinación del departamento de Gala y el subdepartamento de guion, escogió a dos hombres de manera objetiva. A pesar de recibir algunas críticas por la decisión, se considera que no es antifeminista, ya que el género no fue lo que se tuvo en cuenta, sino la soltura y talento natural que Diego y Adrià mostraron en el casting frente a los demás candidatos. En definitiva, la elección se basó en las fortalezas y capacidades de los candidatos, no en su género.

2.2.1. Competencias específicas

Las competencias específicas, estrechamente relacionadas con la publicidad y las relaciones públicas, se dividen en: Académicas-disciplinares, profesionales y otras. Dichas competencias, son propuestas por el *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación*.

2.2.1.1. Competencias específicas académicas-disciplinares

a) Conocimientos básicos de comunicación

Los conocimientos básicos que se han adquirido a lo largo de la carrera han servido de soporte para la correcta realización y organización del Festival Publicatessen en el año 2019. Dichos conocimientos son fijados como disciplinares y competencias profesionales, necesarios para ejercer como expertos en las materias de publicidad y relaciones públicas.

Estos conocimientos han afectado en la Gala de manera positiva. La comunicación es un mundo muy amplio, en el que se deben de conocer los elementos que compartimos con los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Ruedas de prensa y entrevistas, realización de las bobinas, comunicación con todas las personas implicadas en cada proceso, y otras tareas que se han realizado en el departamento, se han llevado a cabo gracias a los conocimientos básicos de comunicación que tienen los alumnos del grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

b) Capacidad de liderazgo

El departamento de Gala ha estado liderado por Kiara Cristina Higinio Carril y Ainhoa Méndez Hernández. Se ha asumido el liderazgo en este proyecto, gestionando y asumiendo eficientemente todas las tareas. Es complicado y a su vez motivador coordinar un departamento donde todos tienen los mismos conocimientos en la materia. En ocasiones se puede ver cuestionada la autoridad.

c) Capacidad para interpretar y entender el entorno, y adaptarse al cambio

Durante los meses de planificación, los integrantes de Publicatessen tuvieron la aptitud de comprender e interpretar el entorno en el que se encontraban. Además, surgieron una serie de problemas (de los que se hablan en el apartado 3.4.1.), los cuales fueron resueltos de manera eficaz, demostrando que pueden adaptarse al cambio.

d) Conocimiento del entorno

El entorno psicosocial, demográfico, económico y cultural está presente a lo largo de todo el festival. Se ha sabido interactuar con la sociedad, tratando de satisfacer al público directo e indirecto de Publicatessen, y a los asistentes de la Gala y el ágape.

e) Capacidad para la innovación y la creatividad

Teniendo en cuenta y estudiando las ediciones anteriores, se ha podido evolucionar. Se han realizado distintas modificaciones e innovaciones, en lo que respecta al festival en general, y al departamento de Gala en particular.

f) Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales

Formar parte de un equipo directivo ha sido algo novedoso para la junta directiva, coordinadores y subcoordinadores del festival. Han sido capaces de adaptarse y crear un ambiente de trabajo positivo, compatible y sinérgico, teniendo siempre en cuenta la importancia de ser comunicativos.

2.2.1.1. Competencias específicas profesionales

- a)** Los alumnos han demostrado tener habilidades y capacidades relacionadas con la atención al cliente.

Además de ser responsables en cada área de Publicatessen, Habilidad y capacidad de atención al cliente; ser responsable en el área de comunicación de una empresa u organismo; para realizar un plan de comunicación, en el caso concreto del departamento de Gala, teniendo siempre en cuenta a nuestros clientes, que eran por un lado los alumnos y por otro los patrocinadores, y asistentes a la Gala.

- b) Los integrantes de esta edición han evidenciado que tienen capacidad y habilidad para realizar funciones relacionadas con el departamento de medios.

El departamento de Gala ha trabajado con el departamento de comunicación relacionándose con los medios. Publicaciones en redes sociales de todos los avances que el departamento iba realizando, comunicados de prensa de el evento con Sociograph y la Gala, convocar a los medios el día de la gala.

- c) El departamento de Gala ha sido capaz de gestionar y definir presupuestos.

MOTIVO	COSTE	INGRESO
GALA	9302,21	5037
Alojamiento	120	
Alquiler microfones	54,45	
Cóctel Convento de Mínimos	4500	
Decoración	139,9	
Fotografía	474	
Gominolas	115,65	
Arreglo Atril y telas escenografía	42,13	
Plan de Emergencia	423,5	
Premios Gala	2300	
Regalo Azafatos y técnicos	33,7	
Seguro	131,32	
Sociograph	97,45	
Trofeos acuetruchos	870,11	
Entradas Gala+Cóctel		5037
Resultado del dpto	-4265,21	

Tabla 1. Tabla de gastos del departamento de Gala. Fuente: Dpto. de Tesorería del Festival Publicatessen 2019.

Julián Pacios, tesorero y miembro de la Junta Directiva de la XI Edición del Festival Publicatessen, y la coordinación del departamento de Gala han trabajado mano a mano para

hacer posible la clausura del festival. Este año se ha logrado reducir el presupuesto y aumentar ganancias respecto a la edición anterior.

- d)** Con la creación de las bases y el guion, los alumnos de este departamento han demostrado tener las habilidades y capacidades necesarias para crear un mensaje de forma creativa.

Hay multitud de maneras de transmitir un mensaje, en este caso, los ganadores de las categorías se comunican a través de una Gala de premios. El guion de esta Gala ha sido una manera creativa de afrontar esta comunicación, ya que se debe de crear una conexión con el público, creando contrastes para que el público capte el mensaje y no se pierda.

- e)** Los integrantes del Festival han mostrado habilidad y capacidad para el desarrollo y creación de imágenes, elementos gráficos, símbolos y textos.

La identidad corporativa del festival se ha mantenido en todos los ámbitos y departamentos que lo conforman. La nueva identidad es más elegante y simple, con un morado más magenta, vivo y estable. El decorado del ágape y la escenografía de la Gala se centró en el color corporativo y el blanco y el negro. Durante todo el proceso de diseño de la escenografía y decorado, la frase célebre de Mies van der Rohe “menos es más” (Zabalbeascoa, 2014), ha estado presente, utilizando solo los elementos necesarios para crear la imagen.

- f)** Los alumnos han verificado tener la habilidad y capacidad para realizar como expertos la gestión estratégica de la imagen corporativa del festival.

La Universidad de Valladolid es quien hace posible que esto siga realizándose, por lo que la imagen corporativa de esta entidad también es importante en toda la comunicación que realiza Publicatessen. La Gala fue el escenario perfecto para mostrar la gestión de la imagen corporativa y la identidad visual de la XI Edición del Festival Publicatessen.

- g)** La gestión de la Gala demuestra que los alumnos que han estado en el departamento tienen la habilidad y capacidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los intangibles y activos de una empresa.

Todas las tareas y procesos que se han realizado en los meses de organización han servido para reforzar la reputación del festival, añadiendo valor a todos los eventos, jornadas, comunicaciones y actos que se han realizado.

- h) Durante todos los meses de organización se han utilizado técnicas y tecnologías comunicativas para las tareas y procesos del festival.

Se han utilizado distintos software y hardware para la realización de las tareas. Los programas de edición de Adobe han sido necesarios para la realización de las bobinas y todos los elementos gráficos precisos durante la clausura. A parte, las tecnologías de luces y sonido han sido necesarias para la puesta en escena de la clausura de Publicatessen.

2.2.1.1. Competencias específicas transversales

Las competencias específicas transversales que los alumnos han demostrado adquirir a lo largo de los meses de trabajo en el festival son:

- a) Relacionarse con el entorno y las personas
- b) Trabajar en equipo
- c) Perspicacia, creatividad e ingenio
- d) Asumir el riesgo
- e) Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico.
- f) Gestionar el tiempo
- g) Actuar en libertad y con responsabilidad
- h) Gestión económica y presupuestaria
- i) Análisis objetivo de la realidad y extracción.

3. Desarrollo particular de cada departamento

El departamento de Gala de la edición de 2019 se organizó en torno a un mismo objetivo común: conseguir mejorar los resultados de ediciones anteriores, objetivo que entre los subdepartamentos se intentaba cumplir en todo momento.

En la primera reunión del departamento, se definieron dos perfiles en el equipo de trabajo, el primero de una figura líder que sería la responsable del proyecto, que guiaría y transmitiría la energía positiva necesaria para poder llegar a la meta deseada. Y, que además sería capaz de definir las tareas de cada miembro del equipo, teniendo en cuenta las habilidades y destrezas de cada uno, en este caso, este papel lo ejercería la coordinadora del departamento Kiara Higinio Carril.

Otro de los perfiles que se establecieron para dirigir al equipo, fue la figura del impulsor, es decir, aquella persona que destaca por su dinamismo, y capacidad para resolver cualquier problema que pueda surgir a lo largo de la planificación de la Gala.

Generalmente tiene muchas semejanzas con el líder, sin embargo, ésta espera que alguien ejerza control sobre su persona y, le indique las tareas que deba hacer. Sin embargo, su papel principal sería la de ejercer presión al equipo cuando este lo necesite. Dentro del departamento de Gala, este perfil lo desempeñaría la subcoordinadora de departamento Ainhoa Méndez Hernández.

En un ámbito general, dentro del departamento se definieron distintos perfiles de trabajo, implementados entre los subdepartamentos de la Gala, como el creativo, el observador, el disciplinado, el investigador y el perfeccionista, siendo, cada uno de ellos piezas clave en el desarrollo de un trabajo eficiente y minucioso para realizar la Gala de la metamorfosis publicitaria.

La estructura de trabajo de la undécima Gala del Festival Publicatessen, se puede dividir en las siguientes fases:

3.1. Fase de planificación

Para poder llevar a cabo cualquier evento es necesario tener una correcta planificación, es decir, una previsión de todos los factores que se necesitarán para diseñarlo. En el caso de la Gala de Publicatessen, la planificación se llevó a cabo a partir de la segunda y tercera semana desde que inició el curso universitario en septiembre de 2018.

En esta etapa se determinaron los objetivos que se querían cumplir con esta undécima edición, se analizaron los errores y los logros de galas anteriores, lo primero para intentar no volverlos a cometer, y lo segundo, para saber qué se podía mejorar de cara a esta nueva edición, y en general, se consideraron los aspectos que determinarían que la Gala de la mariposa (Álvarez, 2019) tenga mayor o menor repercusión.

Al tratarse de un evento que se realiza anualmente, la planificación fue, en parte, más sencilla, porque se tuvo constancia de que es lo que se tiene que hacer, sin embargo, al ser una nueva promoción organizadora año tras año, se convierte en un reto superar algo que se realiza con continuidad, ya que hay precedentes que condicionan el trabajo, tanto de manera positiva y negativa.

Esta parte fue crucial para poder realizar la Gala manera profesional, ya que se trataba de la etapa donde se desarrollaría toda la estrategia creativa, por lo tanto, era importante dedicarle suficiente atención. El primer paso como coordinadoras del departamento de Gala, fue conocer cada uno de los objetivos del festival, atendiendo a las necesidades particulares del departamento.

Dar importancia y seguimiento a cada uno de los subdepartamentos. Publicatessen se realiza gracias a un gran número de personas, y aunque la cabeza visible sea la Junta Directiva, cada departamento tiene una función específica, y una misión importante para con el festival.

Para alcanzar este objetivo, el departamento de la Gala debía conocer exactamente cuáles son las tareas que deben cumplir, por ello era crucial que los coordinadores del departamento contacten y encuentren apoyo en los profesores coordinadores de Publicatessen, de esa manera, todas las dudas que surgen al realizar un evento de esta magnitud quedarían solucionadas.

Por ello, en la primera reunión que la coordinación del departamento de Gala convocó y, que se llevó a cabo el día 16 de octubre de 2018, con la profesora coordinadora del Festival Marian Núñez Cansado, recopilamos la lista de tareas que el departamento debería realizar, quedaron definidas de la siguiente manera:

◆ Confirmar la fecha exacta del día que se va a celebrar la Gala.
◆ Solicitar ensayo general en el Teatro Juan Bravo para el día anterior.
◆ Elaboración del guion literario y técnico.
◆ Elaboración de la escaleta.
◆ Organizar la elección de la temática de la undécima edición.
◆ Redactar bases de las categorías, y considerar la posibilidad de crear unas nuevas.
◆ Ambientación, decoración y atrezzo.

◆ Pensar en cosas innovadoras que suelen gustar a la gente cuando acuden a un evento. (Photocall, regalos, etc.).
◆ Casting presentadores y/o presentadoras, y de staff.
◆ Elección de las personas y/o autoridades que entregan premios.
◆ Protocolo en la Gala, con las autoridades.
◆ Invitaciones al evento (patrocinadores, ponentes, autoridades, profesores).
◆ Streaming para el día de la Gala, contactar con la Universidad de Valladolid.
◆ Organización y venta de entradas.
◆ Convocar a los medios de comunicación (enviar comunicado a los medios 15 días antes).
◆ Patrocinadores para las categorías.
◆ Diseño de los acuetruchos, contactar con proveedores.
◆ Cóctel de después de la Gala.

Tabla 2. Listado de tareas. Elaboración propia.

Trabajar para mantener una comunicación interna fluida entre departamentos y junta, así como la comunicación externa con nuestro público objetivo, para llegar a conseguir este objetivo, fue importante mantener una buena sinergia con los todos los departamentos, pero en el caso de la Gala, específicamente con el de departamento de protocolo, con el departamento de patrocinio, con el departamento de comunicación y con el departamento de arte y diseño, ya que a lo largo del año íbamos a tener que realizar diversas tareas en conjunto; como las que se definen a continuación:

● **Gala con Protocolo.**

Compartían las tareas de selección y formación de azafatos y azafatas; la elaboración de las invitaciones según protocolo a las autoridades de la Universidad de Valladolid, y de Segovia, a ponentes, profesores y patrocinadores, y la colocación de estas por orden de precedencia en el Teatro Juan Bravo, además de la organización de la venta de entradas para el día de la Gala y colocación de los nominados y ganadores.

● Gala con Patrocinio

Entre las funciones que ambos departamentos tenían en conjunto, la principal era, en el de caso del departamento de patrocinio, buscar colaboradores y patrocinadores, en especial, agencias de publicidad, o escuelas creativas o empresas que quieran financiar una categoría de la Gala, y en el caso de Gala, proporcionar la información que el patrocinador necesitase acerca de las distintas categorías que existían, y las condiciones mínimas para poder establecer un contrato. Para ello, el departamento de patrocinio creó una serie de tarifas, dependiendo del nivel de colaboración de las empresas con el festival. Anexo 1

La dinámica para comunicarse con los departamentos de comunicación y diseño consistía en la entrega de un briefing con toda la información esencial para llevar a cabo la tarea, hacia el otro departamento receptor, de esa manera, se evitarían conflictos basados en la mala comunicación o en la falta de información.

El modo en el que se intercambiaron los documentos se hacía mediante los ejecutivos de cuentas que cada departamento asignó, esta persona se encargaría de transmitir la información, y devolver el contrabriefing en caso de que hubiese dudas sobre el recado.

● Gala y Comunicación

Ambos departamentos colaboraron en la difusión de toda la información que el departamento de Gala quería transmitir por los canales de comunicación del festival, sobre todo por las redes sociales, y la página web oficial de Publicatessen.

Gracias a un calendario común, se planificaron las fechas para las que se necesitaban las publicaciones, Como, por ejemplo: anunciar la publicación de las bases de las categorías, casting de azafatos/as, de presentadores/as, venta de entradas de la Gala, recogida de piezas, publicación de los nominados, de los ganadores, entre otras. Anexo 2.

● Gala y Arte y diseño

Al igual que con el departamento de comunicación, las funciones que unían a ambos departamentos estaban relacionadas, como se ha mencionado anteriormente, a la identidad visual corporativa del festival, a los audiovisuales para la Gala, como las bobinas de las categorías, edición del vídeo de créditos finales, rediseño del acuetrucho, todo lo que el departamento de Gala necesitase respecto a gráficas, cartelería, diseño de entradas del cóctel y Gala, maquetación de las bases legales, nominados, ganadores, y el diseño de las plantillas para el photocall. Anexo 3.

Mejorar la imagen del festival, era un punto débil en ediciones anteriores, y aunque se trata de un festival que requiere una organización intensa durante 7 meses, finalmente, todo el trabajo se ve reflejado en cuatro días de jornadas y una Gala, por lo que era necesario que todas las acciones que se llevasen a cabo, por parte del departamento de Gala, impliquen a toda la comunidad universitaria, desde el 1º grado de Publicidad al último, además de otras carreras.

Como departamento de Gala, una de las medidas que se consideraron necesarias para cumplir con este objetivo fue, la de brindar una visión transparente en la selección de las piezas nominadas, para ello se contó con el apoyo de Sociograph, una consultora de marketing especialista en determinar la eficacia de los estímulos, que mediante la medición de la atención y la emoción a través de impulsos electrodérmicos.

Este evento se llevó a cabo en la sala Ex.Presa 1 de la Cárcel Segovia: Centro de Creación, al que se invitó a participar a cinco alumnos por cada curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, además de profesores y profesionales del sector de la comunicación; de esa manera, se pretendía que todos fueran participe del proceso.

Conseguir mayor difusión para el Festival, era una de las noticias más importantes que recibió la organización de la undécima edición del Festival Publicatessen fue la noticia de la nominación a la categoría a mejor festival académico en los Iberian Festival Awards.

La nominación significaba un gran reconocimiento al trabajo realizado durante años por muchas promociones, y que después de todo, el esfuerzo y horas dedicadas había sido reconocido fuera de Segovia.

Con esta motivación, el subdepartamento de categorías mantuvo la categoría denominada Inter universidad, donde se convoca a la participación de otras universidades, escuelas creativas e institutos, en este año se contó con universidades internacionales de países como México, Colombia, Perú y Ecuador.

3.2. Fase de organización

En esta fase del evento se determinaron las funciones de cada subdepartamento de la Gala, y se diseñaron las jerarquías y los puestos de trabajo a cada uno de ellos. Este es un pilar importante en la estructura de la Gala, puesto que nos permitiría realizar el organigrama y definir de esa manera los cargos y perfiles de cada uno.

Además, se definieron los recursos que se necesitarían, tanto a largo como a corto plazo, como los que se detallan a continuación:

- **Recursos técnicos.**

Como los de producción y realización audiovisual y multimedia, que se emplearían el día de la Gala. Todos estos recursos los proporcionó la Universidad de Valladolid, como el streaming, con el que se transmitió el directo de la Gala en el canal de YouTube de la Uva, las *bobinas* con los nominados y ganadores de las categorías, la adaptación a 3D del acuetrucho, todo ello, gracias a la ayuda del Laboratorio de Audiovisual de la Universidad de Valladolid, Campus María Zambrano (Segovia), dirigido por el Técnico de Grado Medio de Audiovisuales José Antonio de Miguel.

- **Recursos humanos.**

Como la seguridad, y demás aspectos logísticos, como lo son los azafatos y azafatas, puesto que realizarán labores muy importantes en el Teatro Juan Bravo, como colocación de los invitados en sus butacas, para lo que necesitan una formación específica, como conocer las instalaciones, salidas de emergencia, y cómo actuar en caso de que algo no salga no se espera. Estos recursos son muy importantes para la Gala, ya que son parte esencial en el desarrollo del día clave, el 4 de abril.

- **Recursos económicos.**

Para ello, se tenía que tener en cuenta en todo momento el presupuesto que se destinará para el evento. Al tratarse de una asociación sin ánimo de lucro, el presupuesto no será elevado, por lo que habría que buscar otros medios para la financiación de categorías, acuetruchos, y otros gastos.

3.3. Fase de implementación

En esta etapa se explicará de manera detallada, el trabajo realizado por el departamento de Gala, y el de los integrantes de los subdepartamentos, y la puesta en marcha hasta el día de la Gala, contrastándolo con las fases de planificación y organización.

- **Semana 1 (del 15 al 21 de octubre).**

Esta semana fue el punto de partida para empezar a trabajar por departamentos. Se llevó a cabo la primera reunión con los miembros de la junta directiva de 2019, y se fueron

conformando los equipos organizadores con los miembros voluntarios a participar en Publicatessen, en esta primera convocatoria general, se eligió a los coordinadores y subcoordinadores de los ocho departamentos.

Así quedaría plasmada, en las actas oficiales, quienes serían las encargadas de la coordinación de la Gala. Posterior a esta reunión, se convocó una primera reunión como departamento junto con la coordinadora del Festival Publicatessen, Marian Núñez Cansado, con el objetivo de conocer cuáles serían las tareas principales del departamento, cómo debían desarrollarse, y la dinámica a seguir de cara a los próximos meses.

La tarea más inmediata que se debía cumplir fue presentarse al Vicerrector de la Universidad de Valladolid, Agustín García Matilla y, solicitar el streaming para el día 4 de abril de 2019, día en el que se llevaría a cabo la Gala.

Además, se le comentó al Vicerrector Agustín García la posibilidad de que junto con la Decana de la facultad Marta Laguna, dieran el discurso de bienvenida en conjunto, además de la opción de presentar alguna categoría.

● **Semana 2 (del 22 al 28 de octubre)**

En esta semana se tuvo la segunda reunión con la junta directiva, después de que se conformaran todos los departamentos, donde se comentaron los pasos a seguir en el desarrollo del Festival a cada uno de los departamentos, además del timing y, solventar alguna duda existente a lo largo de la semana anterior.

En esta semana se convocó una reunión con todos los miembros del departamento de Gala, en él se comentaron los pasos que se habían llevado a cabo a lo largo de la semana pasada, como la lista detallada de tareas a repartir, la creación de subdepartamentos, además de darle la bienvenida a todo el equipo de Gala, y donde también se les agradeció a todos por su participación e implicación en el Festival.

El primer inconveniente del departamento surgió esa semana, y fue a causa de la desinformación respecto a las condiciones de pertenecer al departamento de Gala, y es que al parecer no había quedado del todo claro que, tanto el departamento de Gala como los coordinadores de otros departamentos, no podrían participar en ninguna categoría de Festival, y que además, el departamento de Gala quedaba vetado al completo, al estar en contacto directo con la organización de la misma, esta última condición no estaba del todo establecida.

En un principio, aparecieron dudas al solventar el problema, pero se comunicó a la Junta Directiva y así se llegó a la decisión unánime, en la que el Departamento de Gala entero no podía participar de ninguna manera en las categorías, ni al casting de presentadores/as, para evitar conflictos de intereses.

En esa línea y, aunque posteriormente sufriría modificaciones, se fueron estableciendo a cada uno de los integrantes en las diferentes tareas que querían cumplir, empezando por la creación del subdepartamento de guion, el subdepartamento de categorías, el subdepartamento de enlace con el departamento de protocolo, el subdepartamento de ambientación y decoración, y el subdepartamento de cóctel. Respecto a la división de tareas entre los subdepartamentos, se pueden detallar las funciones de cada uno.

◆ Subdepartamento de Guion

McKee (2002) afirma “El guion propone cómo alcanzar la maestría de nuestro arte y no cómo adivinar el futuro de nuestro mercado” (p.12).

Este subdepartamento se encargaría del guion literario, técnico y de sonido de la Gala, para la realización de los dos últimos era necesario tener redactado el primero, para ello se tenía que tener en cuenta la temática sobre la que se trabajaría en esta edición, “La metamorfosis publicitaria”.

Para la supervisión y elaboración de este guion se contó con la ayuda de la profesora de Teoría del Lenguaje Cristina Vela Delfa, y del profesor de Narrativa Publicitaria, Alex Buitrago.

Un guion literario para una Gala de entrega de premios como lo es Publicatessen, debía de reunir una serie de características esenciales como **la originalidad**, pero toda Gala tiene una estructura rígida por defecto, ya que no se debe olvidar que el objetivo principal de esta Gala era la entrega de premios, y los protagonistas son los nominados y ganadores, por lo tanto, esta directriz deja poco espacio para la originalidad.

También se buscó que fuese una Gala **dinámica**, y fácil de seguir para el espectador, por eso, respecto al formato de presentarla, se tenía claro que debía ser innovador, ágil, y con mucho ritmo, pero a su vez, evitar que la Gala se convierta en el show exclusivo de los presentadores, es decir, que tanto el desarrollo de la Gala, como el coloquio de los presentadores y los agradecimientos de los ganadores sean una simbiosis que no dejen de lado el objetivo principal de la Gala, premiar a los ganadores por sus piezas creativas.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta para diseñar el guion de la Gala fue el control de las expresiones, es decir, el respeto y la ética del discurso. Se valoró desde un comienzo que no se iba a diseñar un guion, en donde no se cuide el tono en el que se dirige al público, era una cuestión muy importante puesto que, en anteriores ediciones, no se tenía en cuenta de que se trata de una Gala para un público mas extenso que los estudiantes de la Universidad de Valladolid.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el guion de la Gala se desarrollaría, en primer lugar, en el contexto de la temática elegida para la undécima edición: *La Metamorfosis Publicitaria*, con el objetivo de tener continuidad en la Gala, aunque no sería la protagonista, simplemente se trataría de un contexto donde situarse, y empezar a escribir.

En segundo lugar, se buscaba una estructura dinámica y eficaz, para lo que se hizo una división de las 17 categorías definitivas a premiar, con la ayuda de Cristina Vela, quedando clasificadas de menor a mayor relevancia por secciones, y con la siguiente estructura: sección 1: Eventos, Fotografía, Gráfica y Garciani, sección 2: Exalumnos, Deportes, Onda Cero e Interuniversidad, sección 3: Biblio App, Brother, Tema de la edición y Logo de la edición y Publicatessen; y sección 4: Igualdad de género, Solidaridad, Imitación y Trucho Libre. Anexo 4.

En tercer, y último lugar, para diseñar el guion era necesario tener en cuenta el histórico de guiones de otras galas, y definir qué es lo que queremos contar, para ello, la ayuda del profesor Alex Buitrago fue decisiva, puesto que gracias a su amplio conocimiento en guiones y en narrativa publicitaria, se pudo poner en marcha un guion inclusivo, divertido, ágil, pero sobre todo innovador.

El trabajo de este subdepartamento fue in crescendo, puesto que se tuvo que esperar a la temática elegida para la edición, sin embargo, todo el grueso empezaría a la vuelta de la primera convocatoria de exámenes del Grado, el día 4 de abril de 2019. Anexo 5.

◆ Subdepartamento de Ambientación y Decoración.

El trabajo que debía desempeñar este subdepartamentos estaba relacionado, como su nombre indica, con la estética del Festival, aplicado a las localizaciones donde se llevaría a cabo la Gala y el posterior cóctel, por ello, el equipo comandado por la secretaria Silvia Puga García, Gema Arribas, Andrea Moreno y Ana Martín Quirós, buscaron que la identidad visual de la *Metamorfosis Publicitaria*, se distinguiese desde cualquier punto, siendo elementos clave en todo ello, la utilización del nuevo color corporativo y la mariposa.

Con el objetivo de abaratar costes, se utilizó algunos elementos de decoración que habían sido empleados en los días de Jornadas. Como se menciona en las competencias del apartado 2, el departamento de Gala tuvo un presupuesto menos elevado que la edición anterior, reutilizando elementos de acciones llevadas este año y ediciones anteriores,

El trabajo de este subdepartamento fue en paralelo con el del Festival, sin embargo, se concretó en el último mes antes del día de la Gala. Anexo 6.

◆ Subdepartamento de Cóctel.

El trabajo que le correspondía a este subdepartamento era buscar presupuestos para el cóctel, que se lleva a cabo, cada año, al acabar la Gala de Publicatessen.

Este cóctel, al que tanto organizadores del Festival, autoridades y demás personalidades están invitados, este cóctel deberá estar previsto para un aforo de 450 personas, que es aproximadamente las entradas del Teatro Juan Bravo, que se preveía vender.

Durante los últimos años, este coctel se ha llevado a cabo en el Restaurante Convento de Mínimos (Segovia), sin embargo, suele haber inconvenientes con el aforo que se admite, por lo que para este año se plantea buscar otras opciones que nos permitan llevar al número de invitados necesarios según el aforo que permitía el Teatro Juan Bravo.

◆ Subdepartamento de protocolo y puesta en escena.

Una parte de este subdepartamento trabajaba en conjunto con el departamento de protocolo, para tener constancia de las tareas que ambos departamentos necesitaban se organizaron de manera que, la venta de entradas de la Gala, el casting de staff se haría en colaboración con Gala, junto con las invitaciones a patrocinadores.

Por otro lado, este mismo subdepartamento se encargaría de gestionar reservas de aulas para los ensayos de la Gala, así como del Salón de Actos, de la decoración de los espacios, tanto del Teatro Juan Bravo, como del Restaurante Convento de Mínimos, del atrezzo, y demás aspectos estéticos que harían a la undécima Gala de Publicatessen la mejor ambientada.

◆ Subdepartamento de Categorías.

Este subdepartamento se encargó de redactar las bases legales para las 18 categorías, se buscaron patrocinadores, así como la organización para la recogida de las piezas de los días 4 y 11 de marzo, que se llevó a cabo con ayuda de la Junta Directiva, y su posterior clasificación, para enviarlas a Sociograph y a las empresas patrocinadores de acuetruchos.

- **Semana 3 (del 29 al 4 de noviembre)**

Había llegado el plazo en el que se convocó el concurso para la elección del tema que, definiría a la undécima edición de Publicatessen, este fue un momento decisivo para elegir por dónde se iba a encaminar el guion.

Respecto a la organización interna del departamento, se fijó un día concreto para todas las reuniones, con el fin de que todos puedan asistir, por ello se solicitó a todos los integrantes del departamento la disponibilidad que tenían durante toda la semana.

En la reunión de esa semana se dividió las tareas a cada subdepartamento, mediante la plataforma Drive. A partir de ese momento, las tareas quedarían divididas por subdepartamentos: guion, puesta en escena, protocolo, y categorías. Cada uno de los integrantes fueron asignados a cada uno de los equipos, en función de sus preferencias y habilidades, aunque todos podían y debían aportar entre sí para tener un buen engranaje en el funcionamiento de la Gala.

- **Semana 4 (del 5 de noviembre al 11 de noviembre)**

Conforme pasan las semanas se fue consiguiendo una dinámica de trabajo más eficaz, y poco a poco el departamento fue funcionado.

Para esta semana la Junta Directiva programó una segunda reunión con todos los coordinadores de los departamentos para comunicarnos una serie de aspectos referentes a la organización, y remarcaron la importancia de utilizar el Google calendar, dónde se debían de programar las futuras reuniones y/o actividades del departamento.

Esta información fue trasladada al equipo, además esa misma semana el departamento de Patrocinio programó una reunión con el departamento de Gala, Jornadas y la Junta Directiva para comunicar una serie de aspectos que, correspondían a estos tres en conjunto. Solicitaron la lista de categorías definitivas para esta edición, con el objetivo de buscar patrocinadores para patrocinar el mayor número posible.

Estas fueron las primeras categorías planteadas para la undécima edición de la Gala, que no se aprobaron hasta la respuesta del departamento de Patrocinio.

Cuña de radio	Imitación
Deportes	Trucho libre
Eventos	Street marketing

Exalumnos	Brand experience
Inter Universidad	Diseño de producto
Fotografía	Música publicitaria (jingles)
Gráfica	Trucho libre
Solidaridad -Social	Street marketing
Brand experience	Música publicitaria (jingles)

Tabla 3. Primeras categorías propuestas al departamento de Patrocinio. Elaboración propia.

Estas tres últimas categorías no se habían realizado en anteriores ediciones, pero resultaba una idea diferente e innovadora, una posible característica que diferenciaría a la undécima edición, de las demás.

- **Semana 5 (del 12 de noviembre al 18 de noviembre)**

La Junta Directiva comentó que se conseguiría más eficacia en la comunicación si todos los departamentos utilizarán Google Calendar, si cada equipo se organiza y planifica de la misma manera, todos sabrán lo que hacen los siete departamentos restantes.

Para esta semana se programó la convocatoria del concurso del logotipo para el Festival, en las bases de la categoría figuraba el correo del departamento de Gala como remitente de todas las propuestas. Conforme vayan llegando las propuestas, se debían adjuntar en una carpeta compartida en el Drive que se compartía con la Junta y demás departamentos, con el fin de ir organizando las propuestas.

Esta semana se llevó a cabo una reunión con los profesores coordinadores del Festival, Marian Núñez Cansado y Alberto Martín, con el objetivo de comentar los avances, dudas, y demás problemas que hayan podido surgir hasta el momento, y se llegó a la conclusión de que para esta undécima edición deberíamos de buscar buenas estrategias para poder comunicar de una manera más eficaz nuestro insight.

Respecto a las bases de las categorías, queda establecido que el departamento de Gala será quien se encargará de redactarlas y, de buscar una manera de controlar todas las piezas que se entregan, en este periodo es donde se concreta la creación de un comité antiplagio, que con ayuda de unas bases legales puedan proteger al festival de posibles fraudes o plagios. Para ello, se contó con la ayuda del profesor de Derecho y abogado de profesión Ángel

Orejana, una de las competencias que hemos aprendido, como se ha explicado en apartado anteriores.

En esa semana también llegó la propuesta de la escuela creativa Brother que propuso patrocinar una categoría para la Gala, el premio sería una beca para el curso integral, valorada en 5000€. El briefing del concurso se expondría en una Masterclass el día 30 de noviembre de 2018, al que podrían asistir todos los alumnos del Grado.

Entre otras cosas, se programó la primera reunión con el subdepartamento de guion, donde surgieron unas primeras ideas, y hablamos de la importancia de tener cuidado al momento de realizar este guion, y del público al que se dirige.

- **Semana 6 (del 19 de noviembre al 25 de noviembre)**

Se definió el día de votación para el logo de esta edición, después de haber seleccionado a todos los logos, para lo cual se habilitó un espacio en el ágora, con una urna, donde todos los estudiantes de 4º de Publicidad y Relaciones Públicas podían acercarse a ejercer su voto. El departamento de Gala cubrió la votación en el primer turno de la mañana, y el primer turno de la tarde.

En otro orden de las cosas, la Junta Directiva nos envió un comunicado en el que solicitaban a cada coordinador de cada departamento, que diesen un toque de atención a los integrantes de sus equipos, puesto que, aunque no se tratase de algo grave, en parte, se notaba cierta dejadez y poco interés por parte de algunos departamentos, no de sus coordinadores, sino de sus integrantes.

Para las próximas semanas se ha planteado buscar presupuestos para realizar el cóctel posterior a la Gala, aunque en un principio se tiene como posibilidad realizar el cóctel en el Restaurante Convento de Mínimos.

Por otro lado, se ha diseñado una lista con las propuestas que el subdepartamento de ambientación y puesta en escena ha ido recogiendo para la Gala. En esta semana se decidieron las tareas que se realizarán en conjunto con el departamento de protocolo, como la selección y formación del staff.

La coordinación del departamento de Gala debía de hacer un presupuesto aproximado con los gastos que se podían prever, para la tesorería, además de buscar alternativas para no excedernos en gastos, y utilizar de manera correcta los recursos.

- **Semana 7 (del 26 de noviembre al 2 de diciembre)**

En esta séptima semana de trabajo se llevó a cabo una reunión departamento de protocolo, donde departamento de Protocolo y de Gala se organizaron para dividir las tareas correspondientes a cada departamento, como la venta de entradas de la Gala, el casting de azafatos para Gala y Jornadas, las invitaciones a las autoridades, patrocinadores, profesores de todo el Campus María Zambrano. Por otro lado, se concertó una cita con el personal técnico del Teatro Juan Bravo para conocer todos los aspectos mas relevantes de cara al día de la Gala, como aforo, taquillaje, permisos, etc.

- **Semana 8 (del 3 de diciembre al 9 de diciembre)**

En esta semana se esbozaron las primeras ideas para el guion de la Gala, que junto con el subdepartamento de guion se plasmaron en las que podrían conformar el primer borrador de guion.

Una primera idea fue hacer una Gala basada en historias de princesas y príncipes, adaptándolas a las circunstancias de *Mahonías* (Primera Sede de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación).

Otra idea fue la de basarse en otros tipos de galas de entrega de premios en los que hay muchos sketches, pero un escaso hilo conductor. Por otro lado, otra idea fue el cambio de cómo crecemos como personas, una especie de paralelismo entre el crecimiento personal (en la universidad) y, el crecimiento de la publicidad, partiendo de las edades significativas del ser humano, como la infancia, adolescencia, vida universidad, búsqueda de trabajo, trabajo, evolución y madurez. Para ello, habría que buscar cómo se podía representar ese crecimiento de la publicidad y la una persona, en la puesta en escena, en los recursos que existían, y demás aspectos.

- **Semana 9 (del 10 de diciembre al 16 de diciembre)**

A lo largo de esta semana se realizaron tres reuniones. En la primera reunión, la coordinación del departamento de protocolo y de Gala termina de cerrar las tareas que dos semanas atrás se determinaron.

La siguiente reunión fue con Marian Núñez. En esta reunión se continúa con la idea del paralelismo entre la vida del ser humano y la historia de la publicidad como tema principal para la realización del guion. En reunión también se habla de crear la categoría de Mejor Departamento de Publicatessen, algo que será confidencial por el momento. Se cierra

con Marian la posibilidad de colaborar con *Sociograph*. Los ganadores de las piezas seleccionadas serán revelados según la medición de la técnica *Sociograph*, cuyo funcionamiento se explica de manera mas detallada en el apartado de innovaciones 3.4.2.

La última reunión es del departamento, en la que se habla y se pone en situación a todos los componentes. Se reparten las nuevas tareas entre los distintos miembros.

- **Semana 10 (del 17 de diciembre al 23 de diciembre)**

La última semana antes de las vacaciones, el subdepartamento de guion se reúne con Cristina Vela Delfa. En esta reunión se le informa de la idea que se tiene hasta el momento, viendo la posibilidad de contar con el Vicerrector y la Decana de la facultad.

Se plantea un plan de trabajo, en el cual, Cristina propone ritmos de trabajos y reuniones. En las vacaciones de Navidad, los integrantes del subdepartamento buscan activamente información a cerca de la historia de la publicidad, contactando con la profesora Maricruz Alvarado para ser lo más veraces posibles.

- **Semana 11 (del 15 de enero al 20 de enero)**

Se retoman las tareas después de la primera convocatoria de exámenes. Durante esta semana se redactan las bases con Ángel Orejana, quien proporciona el conocimiento y la visión jurídica y legal. La colaboración con este profesor es fundamental, ya que hay que ser muy explícitos y precisos con todo después del problema de la edición anterior y los plagios.

Esta semana, se pone en contacto con el departamento de patrocinio, quienes informan de que no hay patrocinadores para las categorías. Ante esta crisis, Pedro Fúnez y Ainhoa Méndez se reúnen con Marian Núñez y Alberto Martín para resolver el problema lo antes posible, y de esta manera publicar y terminar de redactar las bases de las categorías, para ello, se contactó personalmente con empresas e instituciones de Segovia. También se mandaron correos a empresas y escuelas del ámbito publicitario, para patrocinar categorías en esta edición.

- **Semana 12 (del 21 de enero al 27 de enero)**

Se cierra la confirmación de la colaboración con *Sociograph* en la elección de las piezas nominadas y ganadoras, finalizando la redacción de las bases. Se cierran los días y se reservan las aulas para la recogida de las piezas. En esta semana también se contacta con el departamento de comunicación para informar en redes sociales a cerca de las bases y períodos.

Se cierra el presupuesto del plan de emergencia con el arquitecto, barajando otras posibilidades más económicas.

- **Semana 13 (del 28 de enero al 3 de febrero)**

Se contacta con las personas que formarán parte del jurado. De esta manera se les invita a participar en la elección de las piezas ganadoras. También se manda la redacción de las bases al departamento de diseño, para que ellos maqueten y creen las plantillas para subirlo a la web. Hay dos confirmaciones más de patrocinadores, Diputación de Segovia y Garciani.

- **Semana 14 (del 4 de febrero al 10 de febrero)**

Esta semana se publican las categorías sin patrocinadores de la XI Edición del Festival Publicatessen. El subdepartamento de categorías sube las bases a la página web del festival, y se habla con comunicación para recordar a los posibles participantes que ya pueden consultar las bases y crear sus piezas.

Junto con el equipo de diseño, se realiza el rediseño del acuetrucho y se buscan proveedores para realizarlo. Esta versión tiene una forma similar al acuetrucho de la primera edición del festival, aunque los materiales son más parecidos a las dos ediciones anteriores, con cristal y metal.

El arquitecto entrega el plan de emergencia para el ágape en el Convento de Mínimos. También se tiene una reunión con la Junta Directiva para comentar los avances y las tareas que se han realizado durante los meses anteriores.

- **Semana 15 (del 11 de febrero al 17 de febrero)**

La semana anterior, la Junta Directiva pidió al subdepartamento de Gala un borrador del guion, pero no hay nada concreto. Debido a este problema, la junta y Alberto Martín vuelven a reunirse con la coordinación. Piden al departamento que contacten con el profesor experto en guion y narrativa Alex Buitrago, para la realización del guion.

Salen la siguiente parte de categorías, en las que se encuentran todas las patrocinadas. Se gestiona la recepción del correo electrónico de categorías. También, se envían correos a las distintas universidades españolas con grado en Publicidad y Relaciones Públicas, informando de la categoría Interuniversidad, y animando a participar a los alumnos.

Se hace una visita al teatro Juan Bravo para ver el espacio y las posibilidades que tiene el lugar. El departamento de Gala y Protocolo acudieron juntos, para cerrar la cantidad

de azafatos y azafatas que se necesitarían, y todo lo relacionado con ambos equipos. También se llama a la Concejalía de Urbanismo para solicitar el permiso de la realización del cóctel en el Convento de Mínimos.

- **Semana 16 (del 18 de febrero al 24 de febrero)**

Se comienzan a recibir piezas para las distintas categorías, y se cierra el día en el que se sabrán los nominados.

Contacto con el departamento de diseño, enviando la solicitud para la realización de los carteles para los distintos castings. Al ser necesario que se diferencien los dos castings, se pide que se creen dos gráficas, una para el casting de staff y otro para presentadores. Se piden las aulas para realizar estos castings y se cierran horarios.

- **Semana 17 (del 25 de febrero al 3 de marzo)**

El día 25 de febrero se realiza la audición de presentadores. El subdepartamento de guion y coordinación están presentes, y se invita a la Junta a ver el casting. Se presentan 10 personas en total, tres chicas y siete chicos. Hay una gran diferencia entre la presencia escénica de unos y de otros. En esta audición se presentaron distintas pruebas para descubrir las capacidades escénicas de los candidatos. Al entrar, se les pedía los datos, y se les sugirió realizar una posible presentación de la Gala. Los ejercicios consistían en mostrar las aptitudes de improvisación, lectura a primera vista y cambio de emociones.

Durante estos días hubo disputas entre la elección de los presentadores, ya que el departamento de Gala y la Junta Directiva no se ponían de acuerdo. Finalmente, el voto del departamento de Gala fue el elegido, ya que con argumentos objetivos se defendió la postura de elegir a Adrià Centella y Diego Medrano como presentadores. La capacidad de improvisación, la presencia escénica y la potencia de la voz, fueron tres de los motivos de la elección.

El día 27 se celebró el casting de azafatos y azafatas. En esta audición, los departamentos de Gala, jornadas y protocolo se juntaron para evaluar a los candidatos. Había algunos estudiantes que preferían Gala, otras jornadas y otros ambos. Con las fichas con los datos y anotaciones, el departamento de Gala comenzó a ponerse en contacto con los azafatos que participarían y formarían parte de nosotros.

Se pide comunicado para de prensa y publicaciones en redes sociales para informar a los medios a cerca de la evaluación de piezas con *Sociograph*.

- **Semana 18 (del 4 de marzo al 10 de marzo)**

El equipo de categorías comienza a recibir las primeras piezas y agruparlas en distintas carpetas el día 4 de marzo. De esta manera, será más fácil la realización de las bobinas para la evaluación de *Sociograph*. Esta semana contamos con un miembro más en el equipo de Gala, Ana Martín Quirós quien sustituirá el papel de Noelia González.

El subdepartamento de guion comienza a escribir y mandar el primer borrador del guion a los presentadores. Esta semana se realiza el primer ensayo y reunión con los presentadores, quienes hacen sus propuestas y exponen sus dudas. También se presentó a Marian Núñez y la junta, para que estos dieran su opinión. Tras hablar con ellos, se enfocó el guion de una manera diferente.

La coordinación del departamento de Gala recibe el 3D de los acuetruchos, y también acuden al teatro Juan Bravo para llevar a cabo todos los procedimientos necesarios. Se pidió material necesario, horas de ensayo y se les adjuntó la petición del espacio, con todo el personal involucrado en la Gala.

- **Semana 19 (del 11 de marzo al 17 de marzo)**

Se presenta la versión definitiva del guion a los profesores Cristina Vela y Alex Buitrago, quienes dieron el visto bueno. Ya con el guion definitivo, se imprimió y comenzaron los primeros ensayos con los actores. La primera semana nos centramos en la vocalización y el aprendizaje del texto, dividiendo por semanas las partes que se trabajarán. Marcos Cortés se incorpora al subdepartamento de guion, con quien se contará hasta el final.

El equipo de diseño manda la versión definitiva del diseño de las entradas. Las entradas cuentan con cuatro diseños diferentes, las cuales tienen un fragmento de una de las vanguardias del siglo XX. Además, se les piden todos los elementos gráficos que requiere la Gala.

Reunión de todo Publicatessen, donde nos ponemos al día del trabajo que se está llevando a cabo y algunas solicitudes a otros departamentos. Patrocinio propone a Gala colaborar con la cerveza San Frutos, lo cual se llevó a cabo con el consentimiento del Convento de Mínimos y el cóctel.

Se termina de contabilizar y recibir todas las piezas presentadas, confirmando la autoría de las piezas y el correspondiente número. En este proceso solo estuvieron involucrados Kiara Higinio, Ainhoa Méndez y Pablo Rodríguez, para una mayor confidencialidad.

El día 13 de marzo, Borja Mozo se reunió con la coordinación de la Gala para cerrar algunos aspectos para el día siguiente. El vídeo contaría con cinco segundos entre pieza y pieza, y 3 segundos en las piezas de gráfica y fotografía, con el número correspondiente. Se llevaron a cabo tres planes por si fallaban otras opciones en cuanto a las bobinas.

Escaleta para la medición de Sociograph	Tiempo
Explicación de en qué va a consistir	00:03:00
Spots de acondicionamiento	00:07:00
Portada de Publicatessen XI	00:00:05
1. Fotografía (81 piezas)	00:11:03
2. Eventos (6 piezas)	00:09:22
3. Solidaridad (13 piezas)	00:10:31
4. Imitación (15 piezas)	00:10:43
5. Exalumnos (4 piezas)	00:03:20
Descanso (dos fotografías)	00:00:20
6. Gráfica (71 piezas)	00:09:46
7. Interuniversidad (8 piezas)	00:10:20
8. Trucho Libre (25 piezas)	00:18:32
Salida	

Tabla 3. Escaleta para la medición de Sociograph. Elaboración propia.

El departamento de Comunicación envió la convocatoria a los medios y al jurado (24 personas) para que asistiesen a las 11:45, ya que el acto empezaba a las 12:00. También se solicitó a este departamento la realización de fotografías y material gráfico del evento. Protocolo también estuvo involucrado, recibiendo a las personas y colocando al jurado en su sitio.

Reunión con los azafatos de la Gala, en la que se le asigna una tarea específica a cada uno. En la entrada estarían dos azafatos recibiendo a los invitados, una persona por puerta y otra por cada planta. También habrá un azafato en el photocall y otro para la foto de los

ganadores. Dentro del teatro, habrá una persona que ayude a los nominados a subir y bajar las escaleras.

- **Semana 20 (del 18 de marzo al 24 de marzo)**

La semana anterior ya se había terminado de concluir el guion de la Gala, pero esta semana se entregó el guion definitivo a los presentadores, con las últimas correcciones y cambios, además se hizo una primera lectura del guion.

Esta semana el subdepartamento de guion empezó con la grabación del video introductorio para el inicio de la Gala, para ello se reservaron las instalaciones del Teatro Juan Bravo.

Para esta semana también se planificaron los ensayos, para ello el subdepartamento de puesta en escena reservó el Salón de actos de Magisterio, y la sala polivalente y aulas de la Universidad de Valladolid para las últimas semanas de trabajo.

Desde Sociograph llegaron los resultados de los nominados y ganadores de las categorías, que se enviaron al Departamento de Arte y Diseño para su maquetación, y su posterior publicación en la página oficial del Festival.

Por otro lado, los patrocinadores también enviaron los resultados de sus categorías, ya que no todas las categorías fueron elegidas mediante Sociograph, aquellas que tenían patrocinador las eligieron ellos mismos.

Junto con el departamento de Protocolo, se enviaron las invitaciones a la Gala a los patrocinadores y, la confirmación para conocer quiénes subirían a entregar los premios.

El Teatro Juan Bravo solicitó un listado de las personas autorizadas a ingresar al recinto, es decir, todos aquellos que formarían parte de la organización, staff, y presentadores, esta semana se cerró el listado y se envió a los responsables.

El media partner la Revista Control propone, al departamento de Comunicación, el envío de 500 ejemplares de sus revistas para ser distribuidos el día de la Gala, sin embargo, sólo llegaron 150, por lo que no se pudo hacer entrega de ello a los asistentes, ya que algunos llegarían a tenerla, pero otros no. Finalmente, se decidió colocarlos en la entrada al recinto, para que quién lo deseará pudiera cogerlo.

Respecto al ágape de la Gala, el Convento de Mínimos envía el presupuesto del cóctel para 450 personas, el tesorero y miembro de la Junta Directiva aprueba el presupuesto.

Por otro lado, el patrocinador Triodos Bank, decide dejar desierto la categoría porque consideró que no había calidad en las piezas presentadas. Por lo que se comunica de esta noticia a todos los participantes.

Junta Directiva, coordinación del departamento de Gala y secretaria, proceden a llamar a los nominados a las categorías.

Esta semana, el Departamento de Arte y Diseño termina de diseñar las bobinas con los nombres de los nominados de cada categoría, y ganadores, además del listado con los nominados, y se lo comunican al departamento de Gala y Comunicación.

- **Semana 21 (del 25 de marzo al 31 de marzo)**

Empezó la última semana antes de la Gala con los ensayos finales en el Salón de Actos de la Escuela de Magisterio, el subdepartamento de guion terminó la escaleta de la Gala.

Además, se confirmó que la Universidad de Valladolid se hacía cargo del streaming, así como el número de personas que necesitarían hospedaje para el día de la Gala.

El departamento de Jornadas propuso al departamento de Gala, la posibilidad de introducir un vídeo en la escaleta de la Gala, donde se mostraba la labor que estaban realizando algunos compañeros voluntarios en Ghana.

Entre las últimas tareas que se realizaron esa semana fueron: se escogieron las canciones que se emplearían para el desarrollo de la Gala. Se conoció a los departamentos nominados de la categoría Publicatessen, y se añadieron a las bobinas de la Gala. Se llevó a cabo una reunión con el subdepartamento de decoración para repartir las tareas, así como los regalos para los invitados, el atrezzo, la restauración del atril. Se envió la tarea al departamento de Arte y Diseño, la creación de los tarjetones donde aparecerían el nombre de los ganadores de cada categoría. Se llevó la documentación pendiente para el permiso del cóctel.

Esa semana llegaron los 18 acuetruchos a la Universidad de Valladolid, y la Cadena Ser programó una entrevista con la subcoordinadora de la Gala, Ainhoa Méndez Hernández, y con el presidente de Publicatessen Pedro Fúnez Capitán, y para finalizar la semana se llevaron a cabo los últimos recursos que se emplearían en la gala, como los *gags* para la sección final en la Gala, las cabeceras para los sketches, los créditos finales, el listado de canciones para entregar categorías, como el inicio y final de la Gala.

Esta semana se vendieron las entradas para asistir a la clausura del festival. El día 25 de marzo los profesores y nominados pudieron comprar las entradas. El 26 se reservó para los

participantes de las jornadas y la organización de Publicatessen. El día 27, se vendieron el resto de las entradas al público general.

- **Semana 22 (del 1 de abril al 4 de abril)**

Empezó la semana oficial de Publicatessen con últimos ensayos antes del gran día. Tanto el día 3 como el día 4 de abril se realizaron dos ensayos finales, el primero de ellos sin equipo técnico ni el de streaming, y el segundo fue un ensayo general con todos los recursos disponibles, a este acudió el profesor Alex Buitrago para darle las últimas indicaciones a los presentadores.

El día de la Gala la coordinadora de la Gala se entrevista con la cadena de radio, y patrocinadores Onda Cero, para comentar los últimos preparativos que se están llevando a cabo, y para conocer cómo se está desarrollando la semana de las jornadas.

El subdepartamento de puesta en escena, protocolo y decoración se encargan de ambientar todos los espacios, como el Teatro Juan Bravo, con la colocación de las bolsas de regalo para los asistentes, el escenario con el atril y los acuetruchos, y demás áreas del Restaurante, como los globos de la entrada, y el espacio del Photocall.

Finalmente termina la semana con la que alrededor de 70 personas, pero sobre todo el departamento de Gala, habían soñado, y que, gracias a su arduo trabajo, implicación, pero, sobre todo, con las ganas y la responsabilidad que implica estar haciendo algo importante, han logrado salir adelante de manera exitosa.

3.4. Fase de control

Esta es la última fase del trabajo donde se analizan los resultados obtenidos por el departamento de Gala a lo largo de todos los meses de trabajo, desde finales de septiembre de 2018 hasta el día 4 de abril de 2019.

3.4.1. Problemas encontrados

En todo el proceso de planificación, organización e implementación de un evento, surgen problemas y/o inconvenientes que determinan que el desarrollo del trabajo sea más sencillo, o se convierta en algo más complejo, sin embargo, todos los problemas o errores cometidos, generan aprendizaje en el grupo de trabajo. Es por ello, que en este trabajo se ha considerado esencial hacer un análisis de esos problemas, para evitar complicaciones a los siguientes organizadores.

A continuación, se detallarán los problemas que surgieron a lo largo de los meses de trabajo en el departamento de Gala, y las soluciones que se consideraron necesarias.

- **Dificultades para encontrar restaurantes en Segovia**

Cuando se conoció el número exacto de invitados al Teatro Juan Bravo se buscaron restaurantes que permitiesen ese aforo, sin embargo, el máximo volumen de personas que los restaurantes aceptaban estaba entre 250/300 personas.

Este fue un inconveniente importante puesto que el cóctel debía de realizarse para todos los invitados, y con el aforo que ofrecían otros restaurantes no había lugar a ampliaciones. La única opción real y posible era el Convento de Mínimos, pero implicaba la concesión de permisos del Ayuntamiento, y demás trámites complejos.

- **Timing del guion**

Desde un primer momento, el subdepartamento de guion, con la aprobación del departamento de Gala, trabajó alrededor de la idea de que, antes de llevar a cabo el casting de presentadores, se tendría un borrador del guion, con el objetivo de saber que se busca, y tener un perfil claro y acorde a los aspectos estilísticos del guion. Sin embargo, resultó ser más complicado, puesto que el diseño de la idea principal del guion fue variando constantemente, y conforme iban pasando los meses, había muchas ideas en el aire, pero ninguna se había concretado, es decir, existían dos ideas de guion, pero no desarrolladas como tal.

Desde el subdepartamento de guion y el departamento de Gala, se llegó a la conclusión, de que, de cara a otras ediciones, sería importante conocer quienes serán los presentadores o presentadoras de la Gala desde un primer momento, y así, hacerlos partícipes del diseño del guion.

De esa manera se crearía un texto acorde a las expresiones y actitudes de estos presentadores/as, consiguiendo que, al finalizar la escritura del guion, no sea necesario adaptarlo a las cualidades expresivas de los mismos.

3.4.2. Innovación del departamento

Puede resultar complicado ser innovadores y/o creativos en la organización y planificación de un evento que se realiza cada año, y que además va generando mayor expectación en el público. Sin embargo, desde el departamento de Gala, y gracias a la temática ganadora de la undécima edición “La Metamorfosis Publicitaria” se llegó a la conclusión de que no todo se había hecho en Publicatessen, y que, como futuros publicitarios,

se tenía la obligación de buscar formas y recursos que permitan que este Festival se enriquezca y se supere año a año, siendo único en su especie.

- **Diseño del nuevo acuetrucho**

Un *acuetrucho* es el nombre que se le asignó a los primeros premios que se entregaron a los ganadores de las categorías en Publicatessen en la primera edición del Festival.

La morfología de la palabra se encuentra en la unión de dos términos: acueducto y trucho. El primero por ser un festival que tiene lugar en la ciudad de Segovia, y el segundo término proviene de trucho, cuyo origen lo encontramos en Argentina, y se emplea para denominar a las campañas o piezas creativas creadas con el único objetivo de presentarlas en festivales publicitarios, y de esa manera ganar un premio.

El diseño de los acuetruchos ha variado en casi 11 años, y ha experimentado cambios de figura, de forma, color, y material. En esta undécima edición, junto con el departamento de Arte y Diseño, se analizó la posibilidad de no cambiarlo, puesto que cada año se ha transformado, y nunca se ha logrado mantener un mismo modelo mas de un año consecutivo, por lo que resultaba difícil identificar cualquier diseño anterior con el Festival.

Partiendo de esa idea, se pensó que podría diseñarse un acuetrucho que cumpliera con la única condición de que sea representativo del festival Publicatessen, y como no hay nada mas característico que el corazón y el color del logo, se buscó que el trofeo fuese una encarnación de este.

Con este diseño se buscó que perdure en el tiempo, y que se establezca como el acuetrucho oficial del Festival. Al ser un diseño moderno, funcional y muy reconocible, es posiblemente el acuetrucho que mejor funcione en comparación con los anteriores. Anexo 8.

- **Nueva forma de medición de las piezas con Sociograph**

Al departamento de Gala le llegó la posibilidad de contar con la consultora de Neuromarketing Sociograph para elegir a las piezas ganadoras del festival, se pensó que sería una buena manera de selección, ya que se trata de una técnica que se aplica tanto en test de valoración, en lanzamiento de películas, series, o productos nuevos.

En Sociograph son especialistas en determinar respuestas de emoción y atención de los receptores ante estímulos, dicha información se obtiene con herramientas de la neurociencia aplicada. Sociograph mide las emociones en grupo, discriminando el impacto

individual del grupal, de esa manera, proporciona una mayor precisión desde el punto de vista objetivo, que con un base de datos adecuada con la que se puede determinar mejor la respuesta del jurado.

El funcionamiento de Sociograph se basaba en una especie de guante inteligente que media la atención y la emoción, a través de la actividad electrodérmica, se coloca en el dedo índice y corazón de la mano que no se utiliza normalmente, midiendo así impulsos como, temperatura, pulsaciones o sudoración del jurado.

Para la medición, que se llevó a cabo el 14 de marzo de 2019, en primer lugar, se preparó al jurado en un entorno neutro, tranquilo y con todas las comodidades posibles, para no condicionar el comportamiento del jurado, para lo cuál se contó con el apoyo del departamento de Protocolo y de Comunicación.

Era importante mantener un ambiente relajado, y sobre todo adecuado, para que luego procedan a analizar las piezas de manera objetiva. Al tratarse de una gran cantidad de piezas por categorías presentadas, el tiempo que iban a permanecer en la sala sería extenso, por lo que la exigencia de su nivel de concentración iba a ser, en todo momento, alta.

Actualmente, en el sector de la publicidad, Sociograph esta ayudando a conocer que es lo que les mueve a las personas desde sus emociones. Algunos de sus clientes son Mediaset, Campofrío, Audi, Loreal, entre otros, por lo que contar con Sociograph para la elección y medición de las piezas, situaría al Festival a un nivel mucho mas profesional y competitivo.

- **Bases legales y un comité antiplagio**

En la décima edición de la Gala de Publicatessen, surgió un problema que enturbio la imagen del Festival frente a toda la comunidad universitaria, se trataba de un problema de plagios en algunas categorías, por parte de algunos participantes. Así es como surge la importancia de tener unas bases legales, que protejan al festival de posibles prácticas ilegales como el plagio y la copia total o parcial de otras piezas.

Para la undécima edición, se diseñaron unas bases nuevas, con un apartado específico, donde se explicaban las medidas que el Festival tomaría contra personas y/o grupos de personas que intenten copiar o plagiar. Para la redacción de estas bases se contó con el apoyo del profesor y abogado Ángel Orejana. Anexo 9.

- **Nueva categoría que premia por primera vez el trabajo a un departamento organizador.**

Para la undécima edición de la Gala de Publicatessen, se creó la categoría llamada Publicatessen, donde se premiaba la ardua labor de un departamento organizador, incluida la Junta Directiva.

El objetivo de este premio era motivar a los ocho departamentos, y así premiar por primera vez en la historia del festival, la implicación y el gran trabajo que realizan los equipos durante siete meses.

El fallo de esta categoría lo conferirían los profesores organizadores de Publicatessen, Marian Núñez Cansado, y Alberto Martín García. Tanto la categoría, como los nominados, fue información que hasta unas semanas antes de la Gala, no se cederían, permaneciendo así de manera más confidencial.

4. Conclusiones y aportaciones

Publicatessen, es un festival que da la oportunidad a los estudiantes del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, de acercarse al mundo laboral. A lo largo de los meses de preparación y desarrollo, los integrantes del Festival se han encontrado con multitud de adversidades y problemas que, con esfuerzo, trabajo y ayuda por los profesores coordinadores, han logrado satisfacer y continuar con las tareas.

Los estudiantes han demostrado que poseen las competencias necesarias para ejercer un trabajo de la envergadura de Publicatessen. La teoría, la formación y la información a lo largo de cuatro años de carrera, le han permitido realizar un trabajo adecuado, y con resultados exitosos. El Festival Publicatessen es una manera de materializar todos los conocimientos aprendidos, permitiendo que el alumnado se acerque de esa manera a la vida laboral.

Una de las ventajas de este Festival es la capacidad de aprender a base del método ensayo-error, siendo una de las técnicas de aprendizaje más antigua, y a su vez muy efectiva.

Llevar a cabo la Gala es un aprendizaje continuo de veintidós semanas, en el cual se aprende a trabajar en equipo, a comunicarse tanto interna y externamente, y a afrontar dificultades que van surgiendo en el camino. Es cierto que se han encontrado varios problemas, y que en alguna ocasión se tardó en encontrar la manera correcta de rectificarlo, pero con esfuerzo y trabajo se llegaron a solucionar.

Este Trabajo de Fin de Grado, tiene como objetivo principal exponer la importancia de las actividades prácticas para los alumnos, previo al final de su carrera universitaria. También se busca que este trabajo, los anexos y las memorias, sirvan como un manual para ediciones posteriores, ya que es esencial conocer como funciona el Festival, de cara a empezar a organizarlo. Es necesario conocer los problemas y soluciones de la historia del Festival Publicatessen, para no repetirlo en un futuro.

Publicatessen es un festival que une a distintas personas, con personalidades diferentes, que se ven en la situación de colaborar y trabajar juntas, y que en muchas ocasiones no son compatibles, pero trabajan con responsabilidad para realizar un proyecto en conjunto.

Pertenecer a la organización del Festival, brinda la oportunidad de conocer a otros compañeros del 4º curso del grado de Publicidad y Relaciones Públicas, y de otros cursos, ya que, aunque se trate de una facultad pequeña, es común que hasta cuarto curso haya clases y compañeros que son desconocidos entre sí. Además, te enseña a madurar, a entender y respetar opiniones o ideas de otras personas.

En este proyecto se ponen en manifiesto valores como la empatía, tolerancia, honestidad, generosidad, solidaridad, esenciales para una persona en cualquier ámbito de su vida.

Después de casi seis meses trabajando mano a mano con cerca de 60 personas, se llega a la conclusión de que es esencial encontrar personas con las que trabajar no resulte un gran esfuerzo; personas que tengan ganas de sacar un proyecto hacia delante. Por ello, se llegó a la conclusión de que cualquier inconveniente se debía de resolver en el momento, ya que cuando un equipo de trabajo no funciona bien, el único perjudicado es el resultado del proyecto, en este caso la Gala. de esa manera todo fluirá mejor y se podrán solventar las dificultades de manera más fácil.

Respecto a los objetivos planteados en esta undécima edición de la Gala, se puede llegar a la siguiente conclusión. La relevancia y seguimiento a cada uno de los subdepartamentos se cumplió. Cada equipo de trabajo debería tener importancia en la organización y planificación, realizando las tareas otorgadas de manera eficiente y trabajando en equipo.

Otro de los objetivos fue trabajar para conseguir una comunicación interna fluida, entre los subdepartamentos, departamentos y junta que conforman el organigrama del festival; así como una buena comunicación externa con el público objetivo. Este objetivo se cumplió, aunque se tuvo que trabajar en ello. Al inicio fue difícil tener una comunicación

fluida, al tratarse de un número extenso de personas, pero con perseverancia, se pudo realizar una comunicación fructífera, cuyos resultados se pueden observar en el trabajo realizado.

Tras el incidente de la edición anterior referente a los plagios, uno de los objetivos fue mejorar la imagen del festival. Para cumplir este objetivo, el festival cambió su identidad visual, apostando por una tonalidad más vibrante y cercana. Desde el departamento de Gala, se logró mejorar la imagen del Festival con un nuevo método de evaluación de las piezas, Sociograph, una decisión que a largo plazo ha sido fructífera, puesto que ha evitado elucubraciones respecto a los resultados. Además, todas las piezas pasaron por diversos filtros, como la revisión del copyright de las canciones, o la documentación y visualización de piezas similares, todo ello para ser lo más objetivos y legales posible. Durante los meses de desarrollo se tuvo en cuenta la mejora de la imagen del festival de cara al exterior, pero también dentro de la organización y, finalmente se consiguió mantener una visión positiva del Festival.

Publicatessen es un Festival que nació en Segovia, y poco a poco se ha ido dando a conocer en otras ciudades y países. Uno de los objetivos de esta edición fue conseguir una mayor difusión para el festival. La nominación a los Iberian Festival Awards fue uno de los factores que ayudó a dar a conocer este festival en otras partes de España y Portugal. Las publicaciones en revistas como *Control Publicidad*, o la categoría Interuniversidad, fueron agentes que ayudaron a la difusión del festival, cumpliendo de esta manera el objetivo.

En definitiva, el Festival Publicatessen ayuda a todos sus integrantes a crecer como publicitarios, pero sobre todo como personas, es una experiencia a la que todos los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas de otras universidades deberían de poder experimentar.

5. Bibliografía

- Álvarez-Flores, E.-P., Núñez-Gómez, P., & Olivares-Santamarina, J. (Enero-Febrero de 2018). Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en Publicidad y Relaciones públicas: de la especialización a la hibridación. *El profesional de la información*, 27 (1), 136-147.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, S.L.
- Bassat, L. (2001). *El Libro Rojo de la Publicidad*. Barcelona: Penguin Random House.

- Bassat, L. (2014). *La Creatividad* .Barcelona: Penguin Random House .
- Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos* .Madrid : Eresma & Celeste Ediciones .
- Field, S. (1997). *Prácticas con 4 guiones* .Madrid: Plot Ediciones .
- Gascón, J. F., & Arriaga, J. L. (2013). *El Trabajo de Fin de Grado en Ciencias Sociales y Jurídicas* .Madrid : Ediciones Internacionales Universitarias Madrid .
- Gómez, D. F. (2018). ¿Cómo conectar marcas y consumidores? Nuevas Tendencias en el Sector Publicitario . En M. L. Paredes, *Nuevos escenarios de la Comunicación: Retos y Convergencia* (p. 59-79). Ecuador : Centro de Publicaciones PUCE.
- Lafuente, C. F. (2005). *Manual práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos II* .Madrid : Colección Área de Formación .
- McKee, R. (2002). *El guion: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones* .Barcelona : Alba Editorial .
- Mesalles, L. (2003). *Eventos, reuniones y banquetes* .Barcelona : Laertes.
- Miller, P. P. (1990). *La Supervisión del Guion*. Madrid: Centro de Formación RTVE.
- Quevedo, G. C. (2008). *Producción de eventos: La puesta en escena del protocolo*.Madrid : Colección Área de Formación .
- Snyder, B. (2016). *¡Salva al Gato! Guía para guionistas de todos los argumentos del mundo* .Barcelona: Alba Editorial .
- Stanislavski, C. (1975). *La construcción del personaje* .New York : Alianza Editorial.
- Truby, J. (2007). *Anatomía del Guion: El arte de narrar en 22 pasos*. Barcelona: Alba Editorial.
- Zabalbeascoa, A. (1 de Julio de 2014). Mies van der Rohe: Menos es más. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2014/07/01/eps/1404216940_722852.html

6. Anexos

6.1. Anexo 1

Estas son algunas de las tarifas que del departamento de Patrocinio diseño para conseguir colaboración en las categorías de la Gala.

TARIFA LOIS

1000 €

GALA

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de la gala

TICKET x2 invitaciones a la gala

MINI - JORNADAS

- Agradecimiento verbal al comienzo y final.

TU LOGO

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de las jornadas
- Merchandising (+info en bolsas)

CATEGORÍA ESPECIAL
Patrocinador una categoría existente

JORNADAS

- Agradecimiento verbal al comienzo y final.

TU LOGO

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de las jornadas
- Merchandising (+info en bolsas)

Mesa con display de productos de la empresa

Posibilidad de asistencia a congresos y seminarios

Posibilidad de ofrecer el detalle a los ponentes

REDES SOCIALES Y WEB

- 3 menciones en historias
- 1 publicación en el perfil
- 1 publicación en el perfil
- 1 publicación en el perfil
- Post informativo sobre la organización + logo

TARIFA HOPKINS

500 €

GALA

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de la gala

MINI - JORNADAS

- Agradecimiento verbal al comienzo y final.

TU LOGO

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de las jornadas
- Merchandising (+info en bolsas)

JORNADAS

- Agradecimiento verbal al comienzo y final.

TU LOGO

- Photocall
- Roll Up
- Triptico de las jornadas
- Merchandising (+info en bolsas)

Mesa con display de productos de la empresa

Posibilidad de asistencia a congresos y seminarios

REDES SOCIALES Y WEB

- 3 menciones en historias
- 1 publicación en el perfil
- 1 publicación en el perfil
- 1 publicación en el perfil
- Post informativo sobre la organización + logo

OTROS EVENTOS

Asistencia y representación de otras acciones y eventos del festival

6.2. Anexo 2

Junto con el departamento de Comunicación, y Diseño, el día de la Gala se consiguió publicar a los ganadores de cada categoría en directo.



6.3. Anexo 3

Estas son las entradas para la Gala y el cóctel, diseñadas por el departamento de Arte y Diseño, inspiradas en cuadros famosos.



6.4. Anexo 4

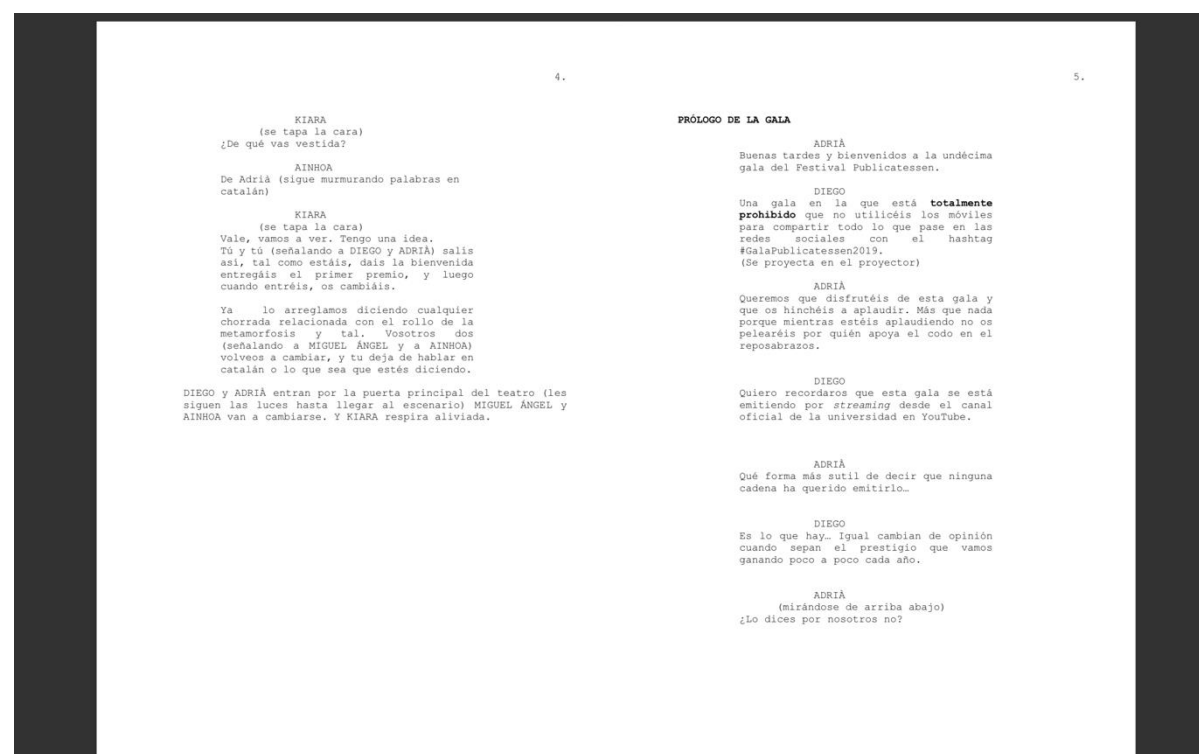
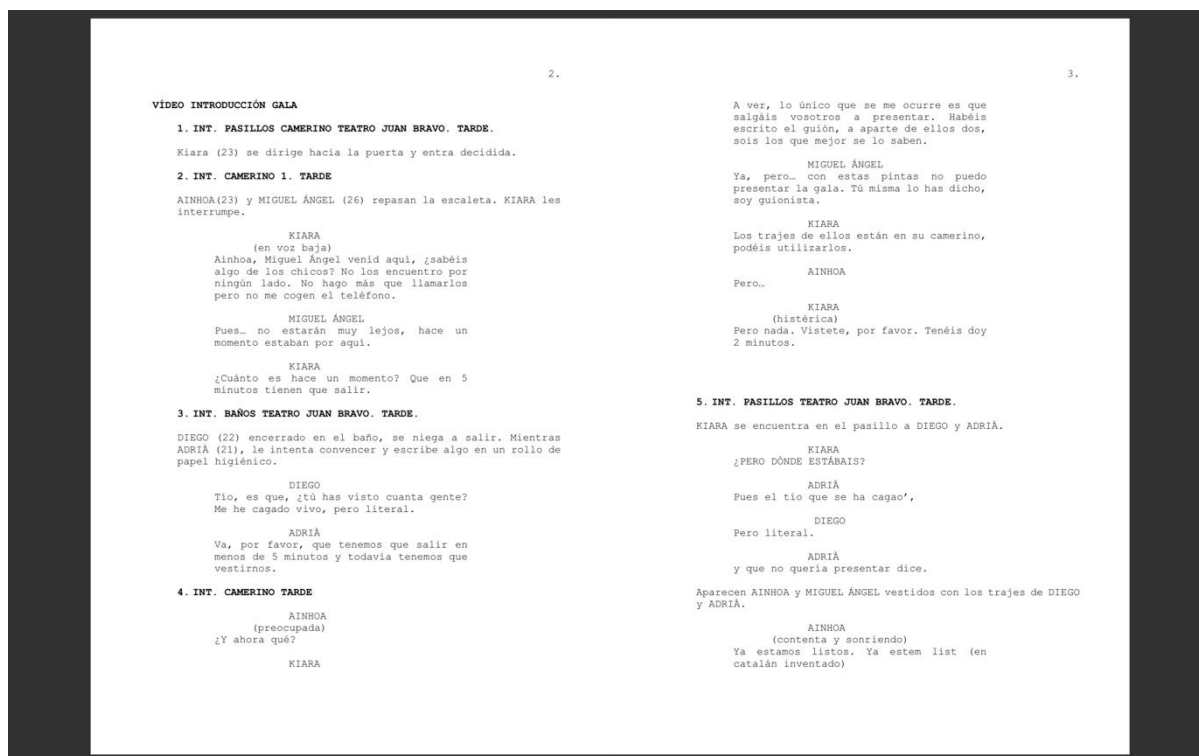
Escaleta de la Gala, diseñada por la regidora y subcoordinadora de la Gala Ainhoa Méndez Hernández.

SECCIÓN	TEXTO	PRESENTADORES	LUCES	SONIDO	CICLORAMA	PROTOCOLO
PRE			LUCES DE SALA	MICRÓFONOS APAGADOS (CANCIONES PRE GALA)	LOGO	
VIDEO INTRODUCCIÓN			Se apagan las luces de sala. Se encienden focos morados de ciclorama		Entra video 01_A_intro_	
	Klara coloca a Diego y a Adriá en la puerta	Hall del teatro preparados por salir. D Izq, A drch		Final video. Presentadores ON		
PRÓLOGO GALA	A: "Buenas tardes..."	D pasillo izq, A pasillo derecho (Tarjetón Diego)	Panoramas	CANCIÓN INTRO 1	LOGO	
		Presentadores en escenario	Se bajan panoramas. Luz escenario	Se baja música		
	D: "Una gala en la que está totalmente prohibido... con el hashtag #ConGalaYALoLoco"	Señalan ciclorama			Video 01_B_HASTAG	
	D: "A ver Adriá, tan malos no seremos cuando... finalistas del festival Iberian Awards"				Video 01_C_AWARDS	
	A: "... la guardería de acuetruchos.				Video 01_D_GUARDERÍA	
	A: "Bravo... Diego, me comentan por el pinganillo que..."			SONIDO PITIDOS 2	LOGO	
	D: Qué mas dá... no dedicamos un espacio para ellos"		Luz tenue panorama			
SECCIÓN 1						
EVENTOS	A: Entonces pedimos un fuerte aplauso... AZUCENA GARCÍA GARCÍA...	Reciben a AZUCENA. Entregan acuetrucho y sobre con ganador.	Se baja la luz. Focos ciclorama	Micro atril ON, Presentadores OFF / CANCIÓN EVENTO 3	Bobina F_CATEGORIA EVENTOS	Ayudan a subir a Azucena García
		Cambio de vestuario. Salen por pata izquierda				
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN EVENTO 3	Bobina 01_G-EVENTOS	Ganadora zona Izquierda
FOTOGRAFÍA	D: "Ahora sí..."	Salen por pata izquierda. (Tarjeta amarilla. Mapa)	Luz escenario	Micro atril OFF	LOGO	
	A: "Espera un momento..."	Por pata izquierda aparece una silla para Diego.	Foco Central Centro (Cuando empieza a desenvolver el "mapa")			
	D: ¿Más relajado?		Luz escenario			
	D: ...que suba Alberto Morala...	Adriá va a recibir a Alberto con Sobre y trucho. Le dice su frase. Salen pata izq	Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN FOTOGRAFIA 4	02_F-CATEGORIA FOTOGRAFIA	Ayudan a subir a Alberto Morala
				Presentadores OFF		
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN FOTOGRAFIA 4	02_G-GANADOR FOTOGRAFIA	Ganadora zona Derecha
GRÁFICA	D: "Adriá... emociones..."	Salen pata izq	Luz escenario	Atril OFF	LOGO	
	D: ...que suba Borja Mozo...	Sobre y trucho a Borja	Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN GRÁFICA 5	03_F-CATEGORÍA GRÁFICA	Ayudan a subir a Borja Mozo
				Presentadores OFF		
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN GRÁFICA 5	03_G-GANADOR GRÁFICA	Ganadora zona Derecha
GARCIANI	D: Vaya, qué nivel hay este año...	Salen Pata Izq. (Sobre Garciani)	Luz escenario	Atril OFF	LOGO	
	D: ...que suba Hector San Juan...	Sobre y trucho a Borja	Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN GARCIANI 6	04_F- CATEGORÍA GARCIANI	Ayudan a subir a Héctor Garciani
				Presentadores OFF		
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN GARCIANI 6	04_G- GANADOR GARCIANI	Ganadora zona Izquierda
SECCIÓN 2						
EX ALUMNOS	D: Vaya... que ganas... vermú...	Salen Pata Izq	Luz escenario	Atril OFF	LOGO	
	D: Y los nominados son...	Llevan sobre y trucho	Se baja la luz. Focos ciclorama		05_F-CATEGORÍA EX ALUMNOS	
	Adriá solo en el atril: Y la pieza ganadora es...	Diego sale por la derecha y Adriá por la izquierda	Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON. Atril ON / CANCIÓN EXALUMNOS 7	05_G-GANADOR EXALUMNOS	Ganadora zona Izquierda
		Sale Pablo haciendo volteretas de para a Izquierda a pata derecha . Sale Diego andando cansado al centro del escenario desde la derecha . Pablo volteretas de derecha a izquierda . Sale Pablo de pata izquierda hacia el pasillo de butacas por escalera derecha .		Música, baja poco a poco cuando sale Pablo de pata izquierda a escalera derecha / CANCIÓN DEPORTES PABLO		
DEPORTES		Presentadores miran hacia el público	Luz escenario	Presentadores ON	LOGO	
	A: "La siguiente cat... ¿Diego?"		Panorama			
	D: Y los nominados son...	Llevan sobre y trucho	Se baja la luz. Focos ciclorama		06_F-CATEGORÍA DEPORTES	
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Atril ON / CANCIÓN DEPORTES 8	06_G-GANADOR DEPORTES	Ganadora zona derecha
ONDA CERO	D: Aunque Julio....	Pata izquierda	Luz escenario	Atril ON / CANCIÓN CUÑA LIBRE 9	LOGO	
	D: ...que suba Manuel Pacheco...	Sobre y trucho a Pacheco	Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Presentadores OFF		
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN CUÑA LIBRE 9	07_F-CATEGORÍA ONDA CERO	Ganadora zona Izquierda
INTERUNIVERSIDAD	A: No se si es... leyenda...Matilla...	Pata izquierda	Luz escenario		LOGO	
	"Un tema un poco más trapero"	Adriá mira a Diego como si fuera un padre que se intenta hacer el enrollado		5 segundos música trap / CANCIÓN TRAP 10 (1 MINUTO 12 A 1 MINUTO 16)		
1º Discurso	A: Invitamos a Marta y Matilla a ...	Pata izquierda. Adriá va a primera planta palcos izquierda	Panorama. Foco atril	Atril ON / CANCIÓN TRAP 11 (15 SEGUNDOS)		Ayudan a subir a Agustín García Matilla y Marta Laguna
	Y los nominados son...		Fin de discurso. Se baja la luz. Focos ciclorama			
				Presentadores OFF	08_F-CATEGORÍA INTERUNIVERSIDAD	
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN TRAP 11 (15 SEGUNDOS)	08_G-GANADOR INTERUNIVERSIDAD	Ganadora zona Izquierda

SECCIÓN 3							
BIBLIOAPP	A: "Cuál es tu nombre..... D: Adriá tío, ¿Qué haces? A: "Les traemos...es gratis"	Adriá desde 1Palco izquierdo-centro. (Libro)	Foco a Adriá Palco Se enciende Luz escenario	Música teletienda / CANCIÓN BIBLIO APP 12 PARAR RADICAL música (ANDREA) Acaba de hablar diego. MÚSICA ON. "bibliapp" PARÓN "Uno de cada 10 estudiantes con matricula de honor lo recomiendan" ... lo recomiendan" MÚSICA ON "No esperes más..." ...es gratis" PARÓN	LOGO		
	A: Creo que puede ser la pieza ganadora"		Se apaga foco Adriá Palco	Micro Adriá OFF			
 que suba la Diputada de Cultura y Juventud Sara Dueñas...	Los dos van a pata izquierda	Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN BIBLIO APP 12 Presentadores OFF	09_F-CATEGORÍA BIBLIOAPP		Ayudan a subir a Diputada de Cultura y Juventud Sara Dueñas
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN BIBLIO APP 12	09_G-GANADOR BIBLIOAPP		Ganadora zona Izquierda
BROTHER	A: Che boldo...	Pata izquierda	Luz escenario		LOGO		
 que suba Guille y Emi...	Sobre y trucho. Pata izquierda	Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN BROTHER 13 Presentadores OFF	10_F-CATEGORÍA BROTHER		Ayudan a subir a Guille y Emi
TEMA Y LOGO	Y los ganadores son...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN BROTHER 13	10_G-GANADOR BROTHER		Ganadora zona Izquierda
	D: Si algo tenemos claro...	Pata izquierda	Luz escenario		LOGO		
2º discurso	... Pedro Fúnez y Patricia Pando...	Pata izquierda. Adriá va a primera planta palcos izquierda	Panorama. Foco atril	Atril ON / CANCIÓN DISCRUSO 14			Ayudan a subir a Marta y Matilla
	Y la pieza ganadora es...		Panorama. Foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN TEMA Y LOGO 15	11_F-CATEGORÍA LOGO Y TEMA 11_G-GANADOR LOGO Y TEMA		Ganadora zona NO LO SE
PUBLICATESSEN	A: Ahora que...performances... D: Si, déjame a mí. (PLAS PLAS) Centrándonos en el tema de la metamorfosis...	Pata izquierda	Luz escenario		LOGO		
	A: O dos capullos... D: O dos capullos...	Centro escenario	(PLAS PLAS) Cenital	(PLAS PLAS) Música la mañana / CANCIÓN MAÑANA 16			
	(Aplausos de Adriá) Madre mía, quien te ha visto y quien te ve D: "Es que este público maravilloso..."	Le quita foco Le echa de foco					
	A: "Si, ya veo, ya veo..." A: ... Ahora por favor, coordinadoras, poneros de pie...		Luz escenario	"... dos apuestos presentadores" QUITAR música. (Aplausos A: Madre mía...) A: "Madre mía, quien te ha visto y quien te ve, con lo nervioso que estabas antes" SUBE música. "Es que este público maravilloso..." "... todo está saliendo muy bien esta noche" QUITAR música			
	D:"y los nominados son..."		Panoramas		12_A-CATEGORÍA PUBLICATESSEN		
	D:"y los nominados son..."		Se baja la luz. Focos ciclorama Luz escenario		12_F-CATEGORÍA PUBLICATESSEN		
	Y la pieza ganadora es...	Se quedan en el escenario para salir a patio de butacas. Diego IZQ Y Adriá DCH	Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON	12_G-GANADOR PUBLICATESSEN		WHO KNOW
			Panorama. Foco atril	Música subida ganadora / CANCIÓN PUBLICATESSEN 17			
SECCIÓN 4							
IGUALDAD DE GÉNERO							
	Chicos hablan con público en patio de butacas.	Se cierra telón. Chicos patio butacas. Se coloca todo dentro.			LOGO		
		Todo preparado dentro. Ainhoa da orden de bajar luz de sala, abrir telón y música. Chicos salen	Panorama	Música y dos micros de mano ON			
	Vozoff de Diego: Sube a entregar premio...	Salen chicas por pata derecha	Bajar panorama. Encender cenital Cantante y focos bailarinas.	Micro de pie ON. Micro 3 ON. Presentadores OFF			Ayudan a subir a Teresa Gema
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN IGUALDAD 18	13_G-GANADOR IGUALDAD		Ganadora zona derecha
	A: Qué emotivos nos estamos poniendo no? A: ... La labor que están haciendo nuestros compañeros en Ghana D: Y para hacer entrega...	Pata izquierda	Luz escenario		LOGO		
	D: ... sube a entregar el premio el Rector Magnífico Antonio Largo...	D: Lado izquierdo, A: Lado derecho para coger el acuetrucho	Se baja la luz. Focos ciclorama	Presentadores OFF Presentadores ON	14_A-ADEPU PUBLICATESSEN		
	Y la pieza ganadora es...	Sobre y trucho. Pata izquierda	Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN SOLIDARIDAD 19 Presentadores OFF	14_F-CATEGORÍA SOLIDARIDAD		Ayudan a subir a Antonio Largo
			Panorama, foco atril	Música subida ganadora. CANCIÓN SOLIDARIDAD 19	14_G-GANADOR SOLIDARIDAD		Ganadora zona Derecha
		Salen bailarinas por pata derecha y se colocan	Luz para baile Luz escenario	Música baile. Presentadores OFF / CANCIÓN BAILE 20 Acaba música			
	D: ... Ilustrísima Alcaldesa Clara Luquero...	Sobre y trucho. Pata izquierda	Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON / CANCIÓN IMITACIÓN 21 Presentadores OFF	15_F-CATEGORÍA IMITACIÓN		Ayudan a subir a Clara Luquero
	Y la pieza ganadora es...		Panorama, foco atril	Música subida ganadora. Presentadores ON / CANCIÓN IMITACIÓN 21	15_G-GANADOR IMITACIÓN		Ganadora zona Derecha
	A: Como recordáis al principio... A: Vamos a hacemos un Selfie	Pata izquierda. (Micrófono y móvil)	Luz escenario		16_A-CONSULTORIA		
TRUCHO LIBRE	D: Tengo aquí algunas consultas...		Panorama. Sigue Luz escenario				
			Fuera panoramas. Sigue Luz escenario	CANCIÓN CABECERA FONDO 22 Consulta Adriá Consulta Cubos Consulta 3 (7) Consulta técnicos			
	Y los nominados son...		Panorama. Se baja la luz. Focos ciclorama	Atril ON	16_F-CATEGORÍA TRUCHO LIBRE		
	Y la pieza ganadora es...		Panorama. Foco atril	Música subida ganadora. / CANCIÓN TRUCHO LIBRE 23	16_G-GANADOR TRUCHO LIBRE		Ganadora zona derecha
DESPEDIDA							
	A: Y la siguiente categoría... Al final no (PLAS PLAS) este es el momento...		Luz escenario		LOGO		
			(PLAS PLAS) Cenital	(PLAS PLAS) Música la mañana / CANCIÓN MAÑANA 16			
	DyA: Buenas noches...		"... nos hemos adentrado en un camino desconocido." Luz escenario "Enhora buena..."	"... nos hemos adentrado en un camino desconocido." QUITAR música "Enhora buena..."	17_ULTIMAS PREGUNTAS Y 18_CREDITOS		
			Música CANCIÓN FINAL 24				

6.5. Anexo 5

Guion bruto de la Gala de la undécima edición del Festival Publicatessen, sin embargo, conforme fueron pasando las semanas de ensayos, sufrió cambios, y por eso no es el definitivo.



DIEGO
A ver Adriá, tan malos no seremos (silencio, y continúa con ímpetu), CUANDO PUBLICATessen FUE FINALISTA DEL FESTIVAL IBERIAN AMAROS EN LA CATEGORÍA DE MEJOR FESTIVAL ACADÉMICO...

ADRIÁ
Bravo (generar aplausos)
(Hace un gesto de que recibe información por el pinganillo)

Diego... tengo una mala noticia, me comentan que nos ha ganado un macro botellón en la plaza mayor de Salamanca.

DIEGO
¿En serio?
Ay como está el país...
Pero bueno, no pasa nada porque aquí los verdaderos protagonistas de la noche son nuestros nominados ¿no?

ADRIÁ
*Claro que sí, pero antes quiero decirles a los nominados que estéis tranquilos si ganáis.
Como novedad en esta edición, para que no perdáis el acuetrucho, este año hemos creado el departamento de la guardería de los acuetruchos así os podréis ir de fiesta tranquilamente sin preocuparos dónde los habéis dejado. ADRIÁ LO ADAPTARÁ*

DIEGO
Yo un consejo sí que os puedo dar, y es que no os preocupéis por los premios, los premios no son importantes, no dan de comer, un premio es una minucia.

ADRIÁ
Clarooo, que el objetivo de esta profesión es otro: ser becario, eso lo primero.

DIEGO
Adria tío no me deprimas a la gente, que bastante tienen con la presión de una nominación

ADRIÁ
Vale, vale, tienes razón...

DIEGO
Lo que si queremos hacer es agradeceremos a todos los que habéis participado entregando piezas, cerca de 400 piezas hemos recibido este año...

ADRIÁ
Si es verdad, que el todo útil nos ha informado que han aumentado sus ventas en un 300% en estas últimas semanas entre todos sobres y CD's que habéis comprado. MUCHÍSIMAS GRACIAS.

DIEGO
Espera un momento tío, que quería contarte una cosa, mientras estaba preparándome para salir al escenario, he tenido una idea.

ADRIÁ (exceptivo)
¿En qué momento exactamente? (pausa y sigue) Para aclararme un poco...

DIEGO
Qué mas te da... bueno eso que he estado pensando, que está bien una gala en la que entregamos premios y tal, pero me he dado cuenta de que no dedicamos un espacio para ellos (señala al público), para solventar sus dudas, sus inquietudes, consejos, lo que sea.

ADRIÁ
Siíi mmm vale, guay...
Pues ya sabéis, a lo largo de la noche podréis preguntarnos lo que queráis, que nosotros os responderemos lo que nos dé la gana.

Compartiremos todo nuestro conocimiento con vosotros y con el resto de la humanidad.

DIEGO (con voz mas grave)
¿Si tienes alguna duda que te inquieta?
¿Te sientes perdido? ¿Algo te atormenta?
Da igual lo que sea.

ADRIÁ
Preguntados por mensaje directo al Instagram de Publicatessen @publicatessen, ya sea un mensaje escrito, una nota de voz, fotos o lo que mejor te venga, como quieras, pero, pregunta bien, y te responderemos cuando queramos y como queramos.

SECCIÓN 1-----

CATEGORÍA EVENTOS

DIEGO
¿Qué te parece si empezamos a repartir los premios? Que para eso ha venido esta maravillosa gente

ADRIÁ
Vale, perfecto, entonces pedimos un fortísimo aplauso para la profesora **Azucena Garcia Garcia** que sube a entregar el primer premio de la noche, en la categoría eventos.

Mientras Azucena sube al escenario, Adriá y Diego la reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÁ entran a cambiarse.

CATEGORÍA FOTOGRAFÍA

DIEGO
Ahora sí, creo que estamos preparados para continuar con la gala.

ADRIÁ
Espera, un momento, que yo antes no me he atrevido a hacer una presentación en condiciones ni agradecimientos por las pintas que llevaba, pero ahora ya sí.

(Desenrolla un rollo de papel higiénico y empieza a leer los tratamientos de las autoridades. Hay que llevar opción B y opción C por si este se rompe).

Quiero agradecer a la Excelentísima alcaldesa (y demás instituciones) y, sobre todo, dar las gracias al Rector de la Universidad de Valladolid (Antonio Largo) por ser el primer año que nos acompaña en esta gala.

(Aplausos)

DIEGO
¿Ya está? ¿Estás más relajado ya?

ADRIÁ
No, porque yo creía que el premio a eventos lo iba a ganar publicatessen.

DIEGO
Está feo eso, está feo.
Por cierto, hablando de cosas feas... los exámenes justo después de navidades, ¿como va ese tema?

ADRIÁ
Pues sí para lo que hay que estudiar... Yo meto tacos de folios en blanco entre mis apuntes para que cuando me vea mi madre estudiar vea algo de bulto, no vaya a ser que piense que estudio magisterio.

DIEGO
Adriá tío, eso es tarjeta amarilla, a la próxima falta de respeto a un colectivo oprimido escindimos tu contrato y te quedas sin los créditos que acordamos.

ADRIÀ
Vale, vale, ya paro. ¿Presento yo la siguiente categoría?

DIEGO
No hombre, la siguiente categoría la va a presentar el becario que lleva más años en esta facultad, fijate si lleva mas años que Agustín.

Pero si me prometes que te vas a portar bien, te dejo entregar algún premio.

ADRIÀ
Venga, pues entonces no hagamos esperar más, y que suba **Alberto Morala** a entregar el premio a la categoría de FOTOGRAFÍA. (Aplausos)

Sube Alberto al escenario, Adrià y Diego lo reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan hacia un lado.

CATEGORÍA GRÁFICA

DIEGO
Adrià tío, tú que opinas sobre las emociones? Porque esta gala va cargadita

ADRIÀ
Perdona, pero yo solo me emociono cuando veo mi baidia de la nevera llena y cuando en un piso de estudiantes encuentro un vaso limpio, que en ese caso hasta pido un deseo.

DIEGO
Buah sería genial que Sociograph nos dejase un aparato solo para el día a día y ver que picos de emociones tenemos a diario.

ADRIÀ
¿Pero eso exactamente como va? ¿Tu te has enterado?

DIEGO
Pues a ver como te lo explico para que me entiendas...
Pero básicamente mide tus niveles de emoción y atención mediante los impulsos electro dérmicos como la temperatura, sudoración, etc.

ADRIÀ
O sea, que lo mismo da si me emociona mucho algo, ¿que si sufro de hiperdrosis no?

DIEGO
Que no, que funciona de verdad, y te lo vamos a demostrar ahora mismo. Que suba **Elena Martin Guerra**, cofundadora de Sociograph para entregar el premio de la categoría de gráfica, un aplauso por favor.

(Aplausos)

Sube Elena al escenario, Adrià y Diego la reciben, le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan hacia un lado.

CATEGORÍA GARCIANI

DIEGO
Vaya... qué nivel hay este año. ¿no?

ADRIÀ
Si, y... a los que no hayan ganado... pues más suerte el año que viene.
Aunque cuando terminen la carrera tendrán tiempo para mejorar su nivel con los cursillos que dan en el paro, muy buenos eh. SUBVIVIRLO

DIEGO
Tío, pero que te he dicho? Mira yo paso de llamarte la atención más veces.

ADRIÀ
Va tío, no te cabrees, que cuando terminemos la gala te invito a un vermú.

DIEGO
¿Un Garciani?

ADRIÀ
¡Vermú fresco y tradicional de Segovia!
(Ambos señalan la butaca de Garciani).
¡La Revolución del Vermú!

DIEGO
Vale, después negociamos.

ADRIÀ
Otras, pero mira que casualidad, si la siguiente categoría es la Packaging Social de Garciani.

DIEGO
Vaya, nadie se lo esperaba...

ADRIÀ
Entonces no hagamos esperar más a **(COMENZAR QUIEN SUBE)** y que suba ya a a entregar el premio de la categoría de Garciani Packaging Social.

Sube **(SEÑOR GARCIANI)** al escenario, Adrià y Diego lo reciben, le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan hacia un lado.

SECCIÓN 2-----

CATEGORÍA EX ALUMNOS

DIEGO
Vaya... que ganas más tontas me han entrado de tomarme un vermú.

ADRIÀ
Un **Garciani** dirás, recuerda el sobre que nos han prometido... (Guña el ojo a Garciani)

DIEGO
Bueno, pero no nos vayamos del tema, que aquí quedan muchos acuetruchos por repartir, aunque bueno luego aparecerán tirados por el Sabbath.

ADRIÀ
Gracias a Dios, yo pude coger cinco el año pasado, los uso para calzar las mesas. Como los libros de Alberto Martin.

DIEGO
Tío, no te metas con los profesores que después te pillan solo en el cóctel y te dan la chapa...

ADRIÀ
Ese hombre no me representa.

DIEGO
Tío, si es un sex symbol y a veces profesor, dicen que le hubiera gustado dedicarse a escribir frases para los sobres de azúcar.

ADRIÀ
Biiiiieeeeeen, un roast to the teachers.

DIEGO
No hombre, esto era para halagarle, que luego en el cóctel nos vemos (guño guño).

14.

(Diego cambiando de tema)

DIEGO
Oye tío, estaba pensando el otro día, ¿ya sabes qué vas a hacer cuando acabemos?

ADRIÀ
Mmm... nos dijeron que no hablésemos de borracheras, que lo eliminásemos del guión.

DIEGO
Bueno, también nos dicen que la rutina mata la creatividad y por eso yo no me he estudiado el guión... Improviso, así soy más creativo.

Pero no me refería a cuando acabemos la gala, sino la carrera.

ADRIÀ
Ah bueno, pues no sé... Curraré de lo que sea para sacar pasta y pagarme un máster. O pillar algunas prácticas, aunque no me paguen para ir haciendo portfolio...

DIEGO (mofándose)
A ver, si lo que te preocupa de verdad es hacer portfolio, siempre te quedará Publicatessen... Para eso está la categoría de Exalumnos.

ADRIÀ (con cierto ríntintín)
Pues veamos quién ha tenido la suerte este año de hacerse con el codiciado y prestigioso premio a la categoría de dinosaurios... ¡digo Exalumnos!

DIEGO (ríndose)
Y los nominados son...

15.

ADRIÀ
Abre el sobre y dice a el/la ganadxr,lxs ganadorxs/. Entrega el acuetrucho, y se van del escenario.

CATEGORÍA DEPORTES UVA

Música, entra Pablo dando volteretas hacia un lado, entra Diego, se aparta a un lado señalando la entrada de Adrià, Pablo dando volteretas hacia el otro lado, entra Adrià, y ambos hacen la pose final de la gimnasia. Se quedan unos segundos y sale Pablo saludando por detrás de los presentadores y se va.

ADRIÀ
Bueno la siguiente categoría que vamos a entregar es la de (se hace sombra con la mano para buscar a Julio)

¿Diego? ¿Dónde está?

DIEGO (PREOCUPADO)
Nada tío, antes he ido a buscarlo y no lo he encontrado.

ADRIÀ
Pero ¿Miraste en su despacho?

DIEGO
Sí, y nada, no estaba

ADRIÀ
A ver otro lugar que frecuente mucho... ¿Y en Destino?

DIEGO
Tampoco, no estaba allí, ni en el pabellón del Teodosio y, por supuesto que tampoco está en el gimnasio de la universidad, básicamente porque no tenemos...

ADRIÀ
Ya... bueno, pues como sigamos esperando a Julio me da a mí que no terminamos hasta dentro de un mes.

16.

DIEGO
Tienes razón, es mejor que entregamos el premio de deportes nosotros...

ADRIÀ
FFFF. No sé, me da rabia tío... me da rabia...

DIEGO
¿El qué?

ADRIÀ
Pues que uno de los motivos por el que quise presentar esta gala era este momento, pero al final no va a salir como yo me esperaba.

Iba a decirle a Julio que subiera a entregar el premio, le iba a soltar alguna pullita como se hace siempre. Pero ya nada...

DIEGO
Bueno, tío no te preocupes, lo entregamos nosotros y ya está.

ADRIÀ
¿Tú y yo? ¿Pero desde cuándo sabemos de deportes tú y yo?

DIEGO
Pues anda que Julio...

ADRIÀ (ENTRE RISAS)
Vale vale, los nominados a Deportes Uva son...

DIEGO Abre el sobre y dice a el/la ganadxr,lxs ganadorxs/. Entrega el acuetrucho, y se apartan a un lado del escenario.

17.

CATEGORÍA ONDA CERO

DIEGO
Aunque Julio nos haya fallado, hay cosas que nunca cambian...

ADRIÀ
¿Cómo qué?

DIEGO
Pues así de primeras, el flequillo de Matilla.

La cerveza en la viña, que sigue valiendo 0.50 céntimos.

Hacer las cosas a última hora... no se, muchas.

Y, que cada año que suba a entregar el premio a la categoría de Caña Libre el director de ONDA CERO SEGOVIA, Manuel **Facheco**, un fuerte aplauso.

Mientras Manuel sube al escenario, Adrià y Diego lo reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan a un lado.

CATEGORÍA INTERUNIVERSIDAD

ADRIÀ
No sé si es porque somos parte de la generación que ha crecido creyendo la leyenda de rap de Matilla, o que, pero esto de la metamorfosis me ha tocado... y me niego a pasar página...

DIEGO
Hombre, son otros tiempos. Tío hay que renovarse. Yo creo que ahora de cara a las nuevas generaciones tendrían que probar con un tema más traperero o algo del estilo, ¿no?

ADRIÀ
¿Y si invitamos a nuestra decana Marta Laguna y a Agustín García Matilla al

escenario para ver si los dos juntos se arrancan?

DIEGO
Venga vale, me parece bien, un fuerte aplauso para ambos, por favor.

Discurso Marta Laguna y Agustín García Matilla.
Entregan el premio al ganador/es Interuniversidad.

SECCIÓN 3-----

CATEGORÍA BIBLIOAPP.

ADRIÀ (desde un palco) como en un anuncio de la Teletienda con un libro en la mano.

Mientras dice su monólogo va preguntando a los invitados su nombre en busca de testimonios de cansados.

ADRIÀ

Hola, ¿cuál es tu nombre?
¿Estás cansado de dejarte la vista en el móvil leyendo libros?

Hola, ¿cuál es tu nombre?
¿Estás cansado de pasarte horas y horas metido en la biblioteca buscando un libro que te guste?

Hola, ¿cuál es tu nombre?
¿Estás cansado de cambiar de cubo a cubo y de subir escaleras de las distintas bibliotecas?

Hola, ¿cuál es tu nombre?
¿Cansado de tener que devolver los libros tarde porque se te olvida entregarlos y nadie te lo recuerda?

DIEGO

Entra mas tarde cuando termina de decir las preguntas.

¿Adrià? ¿tío, que haces?

ADRIÀ
Les traemos la solución a sus problemas, BIBLIOAPP (Como el final de los anuncios de fármacos) 9 de cada 10 estudiantes con matrícula de honor lo recomiendan.

No esperes más y descárgate BIBLIOAPP, es gratis.

(Pregunta a Diego gritando, quien le mira como si de un loco se tratase)

Oye Bro ¿Estamos a tiempo para presentarnos a esta categoría?

DIEGO

¿Pero tú te has leído las bases de la categoría?

ADRIÀ

¿Pero alguien se las lee? Yo pensaba que era como la aceptación de cookies, o los términos y condiciones de alguna red social.

DIEGO

A ver Adrià, ¿Tú crees que han redactado las categorías para que nadie se las lea? Que esto tiene mucho curro.

ADRIÀ

¿Y no puedo tirar de amiguismos y que me dejen presentarla? Creo que puede ser una pieza ganadora...

DIEGO

Pues no lo sé Adrià, bájate de allí y preguntamos a Sara Dueñas, que sube a entregar el premio a la categoría de la Diputación de Segovia BiblioApp

Mientras Sara Dueñas sube al escenario, Adrià y Diego la reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan a un lado.

CATEGORÍA BROTHER

ADRIÀ (con acento argentino)
Che boludo, muestra siguiente categoría es una joshá (Joya)

DIEGO

Mmm, ¿Qué se supone que intentas hacer?

ADRIÀ (con acento argentino)
¿Te imagináááá lo difícil que es para un argentino hacer un video convenciendo a alguien de que haga algo en 30 segundos?

DIEGO

Mmm bueno, yo no soy argentino, pero a veces lo intento, pero no funciona, a las pruebas me remito contigo...

ADRIÀ

Pues hay una persona que lo ha conseguido, no es de Argentina, pero lo ha conseguido convencer a uno de los profesores de la Escuela de Creativos de Brother.

DIEGO

Invitemos al profesor De la Escuela Creativa Brother a subir al escenario para entregar el acuetrucho.

Un fuerte aplauso.

Mientras sube al escenario, Adrià y Diego la reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan a un lado.

CATEGORÍA TRIODOS BANK

DIEGO

Oye tío, una duda que me acaba de venir ahora a la mente, donde vas a meter nuestro sueldo como presentadores...

ADRIÀ

¿Que sueldo?

DIEGO

Ah pero que no... a ti no... nada nada, sueldo no. ¿Qué sueldo? Nadie ha dicho nada de sueldo, si estamos aquí por amor al arte...

ADRIÀ

Yo acepte porque sino tenía que pagar el coctel, y no tío, es mazo pasta...

DIEGO

Ah!, Ah!, que se note que eres catalán... Bueno, como se ve que no tienes ni idea de bancos, ni de nada en general...

Vamos a llamar al escenario a (A ESPERA DE CONFIRMACIÓN) para entregar el premio a la categoría Triodos Bank. Un fuerte aplauso.

Mientras sube al escenario, Adrià y Diego la reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan a un lado.

2º DISCURSO DE LA NOCHE: PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTE

DIEGO

Si algo tenemos claro es que esto que estáis viendo hoy, todo que habéis vivido esta semana, entre las jornadas y talleres.

Y, en general todos los actos que han formado parte de Publicatessen durante todo el año, es gracias al esfuerzo de un gran número de personas.

ADRIÀ

Por ello, y en representación de todos, vamos a invitar al presidente y la vicepresidenta de este año, a que suban a decir unas palabras.

DIEGO
Pedro Fúnez Capitán y Patricia Pando
Torre. Un fuerte aplauso.

Discurso de Pedro Fúnez Capitán y Patricia Pando Torre.
Entregan el premio a logo y tema.

DESPUÉS DE ENTREGAR EL PREMIO TEMA Y LOGO

ADRIÁ
Ahora que ya está mas claro el tema,
podemos revelar nuestra *performace* del
principio, ¿no?

DIEGO
Si, déjame a mí. *(Entra canción de la
primavera)*
Centrándonos en el tema de la
metamorfosis queríamos mostrar esa
transformación de cómo dos publicitarios
más bien mediocres...

ADRIÁ
O dos capullos...

DIEGO
O dos capullos... que después de un arduo
trabajo diario, se transforman en dos
apuestos presentadores.

(APLAUSOS)

ADRIÁ
(sorprenido)
Madre mía, quien te ha visto y quien te,
con lo nervioso que estabas antes...

DIEGO
Es que es este público maravilloso, los
discursos emotivos, el ambiente, todo
está saliendo muy bien esta noche...

ADRIÁ
Si, ya veo, ya veo.

SECCIÓN 4 -----

DIEGO
Va tío, no me digas que después de estos
emotivos discursos no te has emocionado
un poquito...

Porque ahora vamos a dar paso a un premio
muy especial.

Es la primera vez que se entrega, y me
hace mucha ilusión ser el primero en
hacerlo.

ADRIÁ
Es verdad tío, yo también creo que es
especial, pero por otro motivo.

Es el ejemplo perfecto de eso que has
definido antes como metamorfosis
publicitaria.

En un principio éramos 4 hombres y 4
mujeres en la coordinación de cada
departamento.

Ahora, por favor coordinadores de cada
departamento poneos en pie.

Podéis ver que, de 8 coordinadores, 7 son
mujeres.
Eso es porque ellas son las que más
madurez han demostrado, han tirado del
carro y han abandonado esos desfasados
estereotipos para sacar este festival
adelante.

DIEGO
Os podéis sentir más que ganadoras
(aplausos)

ADRIÁ
Y los ganadores a mejor departamento, *(en
voz baja)* después del de GALA, es para...

Recogen el premio. Se cierran el telón y
salen ADRIÁ Y DIEGO nuevamente con el
telón cerrado. **Bajan DIEGO Y ADRIÁ a
ENTREVISTAR A LOS PRESENTES (MOMENTO
INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO)**

*Se abre nuevamente el telón, y para introducir la categoría
Identidad de Género. En el escenario Canción "Ella" Cristina
Cordero mientras Blanca Margarita de la Asunción Pérez baila.*

Cuando acaba sube Teresa Gema para entregar el premio de
identidad de género.

ADRIÁ
¡Otro fuerte aplauso para Cristina y
Blanca! ¡Mundo numerazo!
¿Que emotivos nos estamos poniendo no?

DIEGO
Sí, pues espera a la categoría que viene
ahora... Además de ser mi preferida, es la
que muestra la cara más amable de la
publicidad.

ADRIÁ
No digas mas... ¿Solidaridad verdad?

DIEGO
Sí, solidaridad. Y, para hacer entrega de
este premio vamos a pedir por favor, que
suba nuestro Rector Magnífico...

ADRIÁ
¿Diego tío, no crees que te estas pasando
de pelota? ¿Qué será lo siguiente?
Águstin Garcia Matilla (Juego de tronos o
el hobbit tratamiento)

DIEGO
NOO, es que se dice así, rector magnifico,
mira el folleto de la uva, joder...

ADRIÁ
Vale, vale, tío perdón. Perdona usted,
Rector pomposo

DIEGO (DESESPERADO)
¡!!!Rector Magnífico!!!

ADRIÁ
¡!!!Rector Ostentoso!!!

DIEGO (DESESPERADO)
Adriá, me dejas a mí solo?

ADRIÁ
VALE, VALE, Mejor hazlo tu, que se te da
mejor.

DIEGO
Pues lo que decía, os pido un fortísimo
aplausos para hacer entrega de este premio
vamos a pedir por favor, que suba nuestro
Rector Magnífico Antonio Largo.
Mientras sube al escenario, Adriá y Diego la reciben y le dan el
acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÁ se apartan a un lado.

CATEGORÍA IMITACIÓN

A oscuras en el escenario empieza un baile moderno a cargo de las
chicas de Danza Fitness del servicio de deportes de la Uva.

Empiezan a bailar, ADRIÁ Y DIEGO fuera de ritmo, no se saben la
coreografía, intentan imitarlas, pero no lo hacen bien. Acaba la
canción y...

DIEGO (agotado)
Madre mía, que agotador, han sido los 90
segundos mas largos de toda mi vida.

ADRIÁ (VOZ CANSADA)
Y yo, que creía que tenía sangre
sandunquera, que vergüenza bro, ni imitar
sabemos...

DIEGO (Con dificultad para respirar)
La verdad es que no, pero para eso está la categoría que vamos a presentar a continuación.

ADRIÀ
¿Crees que la excelentísima alcaldesa Clara Luquero podría imitar este baile?

DIEGO
Nunca lo sabremos si no sube al escenario, un aplauso muy fuerte por favor.

Mientras sube al escenario, Adrià y Diego la reciben y le dan el acuetrucho y el sobre, DIEGO y ADRIÀ se apartan a un lado.

CATEGORÍA TRUCHO LIBRE (CABECERA DE CONSULTORIO DE DIEGO Y ADRIÀ)

ADRIÀ
Como recordaréis al principio de la noche, os dimos la oportunidad para que nos contarais vuestras dudas, inquietudes y demás.

Ha llegado el momento de conocer que es lo que os atormenta y de que manera podremos ayudaros.

DIEGO
Así es, así es. Tengo aquí conmigo una recopilación de las mejores consultas, y vamos a comentarlas.

DESPEDIDA -----

ADRIÀ emocionado y con ganas de seguir entregando premios, irrumpe en el escenario.

ADRIÀ
Y la siguiente categoría es...

DIEGO corriendo detrás de Adrià

DIEGO
Ninguna (le tapa la boca Adrià)

ADRIÀ
¿Cómo que ninguna?, yo no quiero bajar del escenario, ¡El público me adora, tengo que darles lo que me piden!

DIEGO
ADRIÀ, créeme, está gente tiene hambre, tienen ganas de ir al cóctel.

Quieren dejar de escuchar nuestros chistes malos...

ADRIÀ (triste y apenado)
¿Entonces este es el final? ¿Así es como acaba todo?

DIEGO
El final no, (música de primavera) este es el momento en el que hemos roto la crisálida. Entre todos hemos conseguido quebrantar la burbuja en la que estamos inmersos y nos hemos adentrado a un camino desconocido. (Se acaba música primaveral)

ADRIÀ
La verdad es que este año Publicatessen ha unido mucho, pero ya es momento de dejarle paso a las próximas generaciones.

DIEGO
Adrià, ¿siempre tienes que cortarme cuando intento ponerme emotivo?

ADRIÀ
Lo siento bro...

DIEGO
Ya se me ha olvidado por dónde iba... ah sí qué muchas gracias por dejarnos compartir estos momentos con vosotros,

Enhorabuena a los ganadores, y a los que no habéis ganado os lleváis el mejor premio que, es el aplauso de todo el teatro Juan Bravo (pedir aplausos)

ADRIÀ
Nos gustaría despedirnos de cada uno de vosotros, al igual que hemos hecho al inicio... pero

Es el momento de salir de la crisálida y alzar el vuelo. Verdad Jesús David...

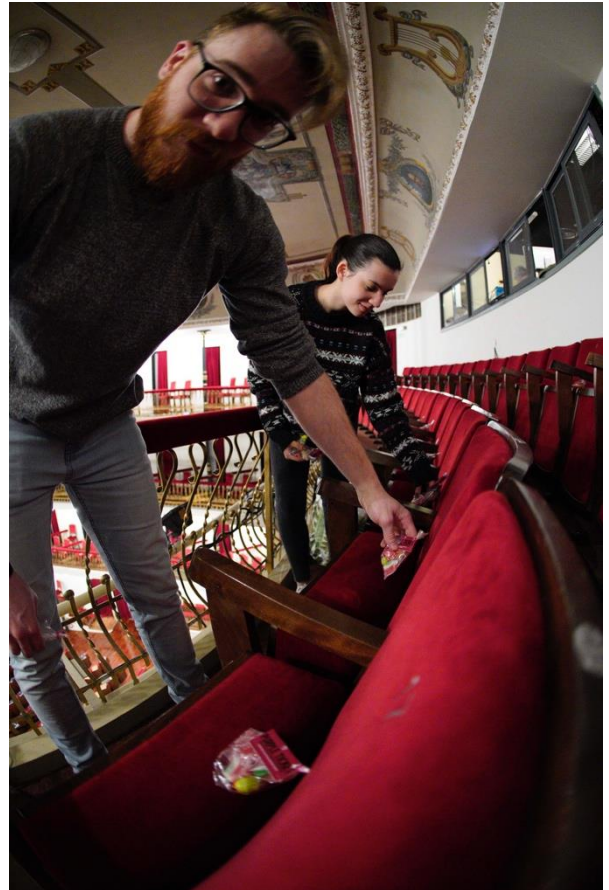
DIEGO Y ADRIÀ
BUENAS NOCHES SEGOVIA, BUENAS NOCHES PUBLICATESSEN, MUCHAS GRACIAS.

Se cierra el telón, DIEGO se despide con la mano y se va, y ADRIÀ sigue en el escenario, no se quiere ir, se ha cerrado ya el telón y DIEGO Vuelve a por ADRIÀ, que sigue y se niega a irse, finalmente DIEGO logra llevarse a ADRIÀ.

FIN
CRÉDITOS

6.6. Anexo 6

Algunas fotografías donde se aprecia el trabajo del subdepartamento de puesta en escena, decoración y atrezzo.









6.7. Anexo 7

Durante los meses de organización, obtuvimos repercusión en medios escritos, en este caso, gracias a la medición de las piezas con Sociograph, la noticia salió en el periódico local digital El Adelantado de Segovia.

EL ADELANTADO

PORTADA SEGOVIA PROVINCIA CASTILLA Y LEÓN NACIONAL INTERNACIONAL DEPORTES ▾

Inicio > Segovia > Publicatessen mide emoción y atención

EDUCACIÓN

Publicatessen mide emoción y atención

El Festival de la Publicidad pone en práctica la tecnología de Sociograph para decidir ocho de los premios que se entregarán en la Gala del 4 abril ante el rector de la UVA Antonio Largo

PURI BRAVO ALVAREZ | 14 marzo, 2019

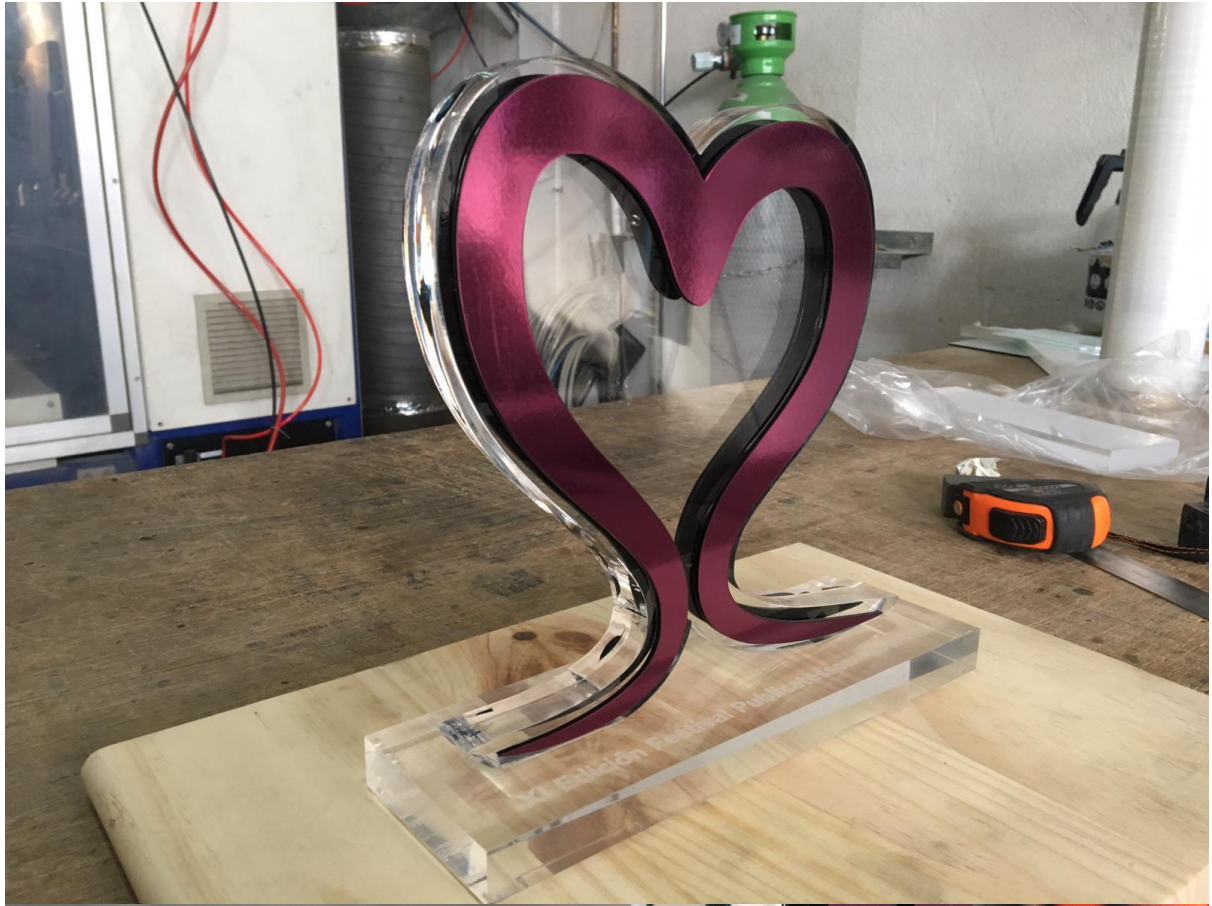
391



6.8. Anexo 8

Este fue el diseño final del acuetrocho para la undécima edición del Festival Publicatessen.





6.9. Anexo 9

Estas fueron las bases legales que se redactaron para evitar problemas de plagio con las piezas.

9 NORMAS GENERALES

Los datos del propietario o propietarios de la pieza presentada estarán plasmados única y exclusivamente en el documento PDF.

No podrá aparecer ningún dato personal como pudiera ser: una seña, una explicación o signo escrito en el propio contenido de la pieza creativa (ejemplo: una firma en la gráfica o el logotipo o el nombre de los autores en la pieza audiovisual).

Las piezas han de ser originales e inéditas; no habiendo sido presentadas en otros concursos y que no supongan en todo o en parte, copia o plagio de otras obras. El autor o autores serán los responsables ante el Festival de Publicatessen y frente al comité antiplagio del incumplimiento de estas bases.

Todos los trabajos entregados serán revisados por un departamento antiplagio, y si se determina que alguna pieza o creatividad es un plagio será eliminada directamente del concurso, y no podrá optar a ningún premio, además de quedar inhabilitado en la participación de posteriores ediciones del Festival, tanto en las categorías, como en la organización del mismo.

El Departamento antiplagio deberá motivar su decisión. El hecho de que la pieza presentada sea plagio de otra preexistente determinará la imposibilidad para su autor/ores de volver a concursar en otras ediciones posteriores de Publicatessen, así como la no concesión, en el caso de que así esté estipulado, del o de los créditos académicos que tanto el concurso como, en su caso, el premio lleve aparejado. Por lo tanto, la comisión es soberana en su decisión sobre retirar o no un premio.

Presentarse a este concurso implica que los participantes conocen y aceptan las bases, por ese motivo estas bases no podrán ser impugnadas una vez formalizada la entrega de la pieza.

Aquellos trabajos que no cumplan los requisitos formales de estas bases se considerarán no válidos, quedando de esa manera fuera del concurso. Por otro lado, la organización se reserva el derecho a decidir sobre aspectos no previstos en las bases que puedan surgir.



Su decisión será inapelable y podrán declarar desierto el premio si se estimase que las obras presentadas en la categoría no alcanzan la calidad suficiente para ser las ganadoras, de la misma forma sucedería si no se alcanza el número mínimo de participantes.

Los concursantes reconocen y asumen que todos los derechos de explotación y los derechos de propiedad intelectual, que eventualmente pudieran emanar de la creación de la obra objeto de este concurso, pertenecen en exclusiva a la Asociación Publicatessen. Los mencionados derechos de explotación se refieren básicamente a la reproducción de la obra ahora y en el futuro, nunca con ánimo de lucro.

Cualquier concursante tiene derecho a solicitar el acta de escrutinio con la resolución de la votación del jurado. Dicha entrega se realizará después de la Gala de Publicatessen.

Para cualquier consulta o sugerencia sobre las bases del concurso se podrá contactar a través del correo electrónico categorias@festivalpublicatessen.com con el asunto de la categoría, (ejemplo: CONSULTA/SUGERENCIA INTERUNIVERSIDAD).

