

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



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

XIII EDICIÓN FESTIVAL PUBLICATESSEN

Publicentrismo en el Departamento de Gala

MARÍA ALONSO RODRÍGUEZ

Tutora: Marian Núñez Cansado

SEGOVIA, JUNIO DE 2021

INDICE GENERAL

1. Introducción y contexto.....	5
1.1. Publicatessen.....	5
1.2. Historia del festival Publicatessen.....	6
1.3. Justificación del tema.....	7
2. Marco Teórico.....	8
3. XIII Edición.....	16
3.1. Departamento de Gala.....	19
3.1.1. Organización interna.....	19
3.1.2. Objetivos específicos del departamento.....	20
4. Acciones llevadas a cabo por el Departamento de Gala.....	22
4.1. Entrega obsequios edición pasada.....	22
4.2. Casting presentadores y azafatos.....	23
4.3. Cóctel.....	25
5. Gala.....	26
5.1. Guion.....	26
5.2. Categorías.....	27
5.3. Fallo del jurado.....	35
5.4. Premios.....	38
6. Evaluación.....	39
7. Conclusiones.....	41
7.1 Aportaciones personales.....	43
8. Bibliografía.....	44

ANEXOS

Anexo I. Organigrama de la organización interna de la XIII Edición del Festival Publicatessen.....	48
Anexo II. Diseño entradas de la XIII gala del Festival Publicatessen.....	49
Anexo III. Ubicaciones de la XIII gala del Festival Publicatessen.....	50
Anexo IV. Elementos de escenografía empleados en la XIII Edición del Festival Publicatessen.....	51
Anexo V. Canales de información oficiales del Festival Publicatessen.....	52
Anexo VI. Repercusión del Festival Publicatessen en medios de comunicación.....	53
Anexo VII. Informe recogida de piezas de las categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Miembros departamento gala XIII Edición Publicatessen.....</i>	19
Tabla 2. <i>Planificación publicación y recogida de las piezas de las categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen.....</i>	29
Tabla 3. <i>Calendarización y planificación departamentos de gala y protocolo para la recogida piezas categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen.....</i>	31
Tabla 4. <i>Relación de las categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen según su publicación.....</i>	32
Tabla 5. <i>Totalidad de piezas presentadas en las diferentes categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen.....</i>	33

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. <i>Logo XIII Edición Festival Publicatessen.....</i>	19
Imagen 2. <i>Cartel casting presentadores XIII Edición Festival Publicatessen.....</i>	23
Imagen 3. <i>Cartel búsqueda talentos para Gala XIII Edición Festival Publicatessen...24</i>	
Imagen 4. <i>Publicación primeras categorías XIII Edición Festival Publicatessen.....</i>	28
Imagen 5. <i>Publicación segundas categorías XIII Edición Festival Publicatessen.....</i>	30
Imagen 6. <i>Publicación categoría Real Fábrica de Cristales.....</i>	34
Imagen 7. <i>Publicación promoción La Bientirada de Segovia.....</i>	34
Imagen 8. <i>Publicación promoción La Seca. Cuna del Verdejo.....</i>	34
Imagen 9. <i>Publicación promoción Conservera Ignacio González Montes.....</i>	34
Imagen 10. <i>Publicación promoción Escuela Creativa Complot.....</i>	34
Imagen 11. <i>Acuetrucho XIII Edición Festival Publicatessen.....</i>	38

I

1. Introducción y contexto

Este Trabajo de Fin de Grado abarca los conocimientos y experiencias adquiridas con el desarrollo del Festival Publicatessen. Un festival académico universitario organizado anualmente por los alumnos de cuarto año de cada promoción saliente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, concretamente alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano, de Segovia.

Si hay algo que me propuse desde el primer curso fue formar parte del Festival Publicatessen tras una charla de nuestros compañeros de cuarto. Era una palabra que crea curiosidad y una vez acudes a tu primer festival, si eres un apasionado del mundo de los eventos y de la comunicación has encontrado tu lugar idóneo para conocer los engranajes de cualquier tipo de organización de un evento con características similares.

Esta edición ha estado marcada por un contexto muy diferencial al que podríamos vivir cualquier año. Y es que, la realización de un evento de tal magnitud en un contexto de pandemia mundial como es la COVID-19 ha supuesto un enorme reto al que hemos hecho frente para lograr sacar nuestro festival una edición más, especialmente desde el Departamento de Gala con una entrega de premios que acogió tanto a premiados, nominados, autoridades y demás público.

1.1. Publicatessen

Publicatessen es, como ya hemos mencionado un festival organizado íntegramente por los alumnos de último curso de Publicidad y Relaciones Públicas. Cabe destacar, que es una asociación sin ánimo de lucro que se financia gracias a las actividades realizadas en ediciones anteriores y las acciones que se realizan esa misma edición. De ello depende la solvencia para años posteriores. Esta forma de trabajar viene funcionando desde hace años, tal es así que en este 2021 arrancó la decimotercera edición. Todo ello, gracias a la cooperación y la ardua labor en equipo de un gran número de personas que han trabajado durante siete meses para ofrecer al alumnado la enorme oportunidad de disfrutar, conocer, y en definitiva acercarse a ámbitos tan diversos como son la comunicación, la publicidad, las relaciones públicas e incluso el marketing, de una forma diferente a la que se espera cuando estas cursando en la Universidad.

Con todo ello, se logra un desarrollo transversal de las competencias teóricas adquiridas durante los cursos pasados que se aplican de forma práctica y profesional. Puesto que, las responsabilidades obtenidas acarrearán desde la puesta en marcha, la obtención de participación activa en las diversas acciones que se van realizando durante el curso, la consecución de las jornadas, momento en el que profesionales del sector comparten sus conocimientos, experiencias y sabidurías sobre el mundo laboral con una serie de ponencias durante la semana del festival. Para, finalmente culminar con la denominada gran noche de la publicidad, con una gala en la que se hace entrega de galardones a los ganadores de las diferentes categorías que han sido presentadas durante el año.

En definitiva, Publicatessen se ofrece como una gran ocasión de aprendizaje para los alumnos. Porque es un aprendizaje más práctico que marca la diferencia con el resto de actividades de carácter práctico que se puedan desarrollar durante la titulación, que se pueden aplicar nada más acabar los estudios. Una oportunidad de oro para asumir responsabilidades y riesgos que una persona recién graduada no suele tomar.

1.2. Historia del festival Publicatessen

Sus comienzos están fuertemente ligados a la Semana de la Publicidad. Una propuesta que se venía celebrando desde hace más de quince años de forma anual. Pero, no fue hasta el año 2009 cuando nace el Festival Publicatessen, con su primera edición cuando la cuarta promoción se animaron a dar un paso más allá formalizando y dando forma a todas aquellas actividades que se realizaban bajo el nombre de un festival. Un festival universitario que con el paso de los años se ha ido afianzando y obteniendo prestigio dentro del sector hasta hoy en día.

La semana de la Publicidad, se venía celebrando con anterioridad a la construcción del Campus de la Universidad de Valladolid, en el Colegio Universitario de Segovia Domingo de Soto, que por aquel entonces estaba adscrito a la Universidad Complutense de Madrid. Durante esos días se impartían ponencias para finalizar con la llamada “Noche de la Publicidad” que, en la actualidad conocemos como la Gran Gala de Publicatessen. Dicho evento, “Noche de la Publicidad”, comenzó sus andaduras en espacios abiertos al aire libre. Pero en su cuarta edición el escenario de la gala cambió cuando el Teatro Juan Bravo fue cedido por la Diputación de Segovia para su realización debido a las adversidades climatológicas. (Míguez y García, 2020).

Así ha sido hasta la pasada edición que no llegó a celebrarse de manera presencial en el Teatro Juan Bravo y tuvo que ser retransmitida de manera online por la COVID-19. Este año 2021, se ha celebrado la decimotercera edición en las nuevas instalaciones de la fase II del Campus María Zambrano de Segovia tras un gran cúmulo de incertidumbres e inconvenientes por la pandemia al no saber si los teatros o anfiteatros cerrarían en el mes de mayo. Finalmente se decide como espacios definitivos en los que celebrar la Gran Gala de Publicatessen su espléndido Salón de Actos y su contiguo Salón de Grados (Anexo III).

1.3. Justificación del tema

Como se ha mencionado en los puntos anteriores Publicatessen es un Festival universitario especializado en el ámbito de la Publicidad, la Comunicación y la Relaciones Públicas. Un festival que aporta grandes valores de compañerismo e unión entre el alumnado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid.

Un evento de grandes dimensiones que a la vez otorga un valor distintivo a la Universidad de Valladolid. Puesto que, pocas universidades españolas ofrecen esta oportunidad en la que poder aplicar directamente los conocimientos adquiridos durante los años anteriores de una forma práctica.

Publicatessen abarca todo un proceso de aprendizaje desde la creación de múltiples eventos que lo conforman hasta la ejecución de los mismos. Esto fortalece las capacidades de los estudiantes y les ayuda a conocer de una manera profesional el mundo laboral al que se van a enfrentar en unos meses cuando finalicen sus estudios universitarios.

Como coordinadora del Departamento de Gala he podido comprobar de primera mano la responsabilidad que recae sobre la organización y planificación de una gala de clausura con su respectiva entrega de premios, así como trabajar con un grupo de personas, numeroso y organizarlos para que todo salga como lo esperado entre otras funciones propias de un coordinador departamental. Formar parte de Publicatessen resulta gratificante puesto que es una toma de contacto directo con el exterior que puede resultar clave a la hora de elegir tu camino profesional. Además la elaboración del Trabajo de Fin de Grado sobre la importancia y el trabajo realizado para lograr sacar

adelante una edición más, la decimotercera, supone un ejercicio gratificante por su posterior conversión en una fuente de conocimientos aplicados para las generaciones venideras, ya que en él quedan plasmado toda la recopilación del trabajo realizado durante siete meses, con su correspondiente planificación y coordinación del equipo que conforma la organización del festival.

2. Marco Teórico

Desde el año 1990 en Segovia se imparte la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas. Concretamente en el Colegio Universitario de Segovia, centro adscrito a la Universidad Complutense de Madrid. Comenzando así la demanda de unos estudios sin precedentes en la ciudad. Poco a poco la licenciatura fue posicionándose en el mapa profesional del ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas en España. Un año importante para la oferta universitaria pública de Castilla y León fue el 2001 cuando, la licenciatura se integra a la Universidad de Valladolid.

En otros países europeos la formación en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas se encuentra inmersa dentro de otras titulaciones relacionadas con las Ciencias de la Comunicación así como la Cultura y Ciencia de los Medios. Algunos de esos países son: Alemania, Eslovaquia, Finlandia, Francia e Italia, entre otros. Es por ello, que en el año 1998 se inició una reforma universitaria para todo el continente europeo, la conocida popularmente como Proceso o Plan Bolonia. Dicha propuesta nace de la necesidad imperiosa de facilitar el intercambio de titulados entre los países miembros. Conllevando una la adaptación de los contenidos académicos de los estudios universitarios a lo que la sociedad demandaba en esos momentos, que era una mejora en la calidad y en la competitividad fomentada por una mayor transparencia con la implantación de un aprendizaje cuantificado a través del sistema de créditos ECTS, con el que además de contar las horas de clase teóricas se contabilizan las de trabajo que el alumno debe realizar según el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

Con esta homogeneización se implantaron las correspondientes adaptaciones curriculares, tecnológicas y reformas financieras necesarias para realizar la correcta homologación europea de títulos. En el caso de España, el Plan Bolonia establece el sistema de créditos ECTS de la siguiente forma (Guía del uso del ECTS,2015)

- Título de grado: de 180 a 240 ECTS en un tiempo de 3 a 4 años lectivos. Salvo las excepciones de Arquitectura, Farmacia, Odontología, Veterinaria y Medicina.
- Título de máster: de 60 a 120 ECTS en un tiempo comprendido entre uno y dos años.

Este cambio en el plan de estudios universitarios se ajusta a la perfección con la realización del Festival Publicatessen, porque entre otras muchas premisas permite realizar de forma simultánea y sin solaparse las horas lectivas del curso con las correspondientes a la carga de trabajo que tenga que desempeñar el alumnado dentro de la organización del mismo. También supone un fortalecimiento de la imagen de los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano de cara al exterior, por suponer un valor añadido y diferencial que otorga la Universidad de Valladolid. De hecho, es el único festival organizado por estudiantes de una universidad pública española.

Su carácter eminentemente práctico es evaluado positivamente y como un logro por los profesionales del sector por mostrar una alta implicación en un proyecto de tal magnitud de forma desinteresada sin obtener beneficio económico alguno. Permitiendo tal y como establece el Proyecto Bolonia, la integración de las necesidades del mercado laboral a las competencias del alumnado, aproximándoles a un ejercicio de la profesión de una manera coherente con las competencias adquiridas durante la titulación.

Así durante la formación universitaria, los estudiantes adquieren competencias de carácter general y específicas, establecidas en la Adaptación de Bolonia al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de 2009 que se ven fortalecidas con la participación como miembro de la organización del Festival Publicatessen. Dichas competencias quedan recogidas en los siguientes párrafos y avalan la complementación en la formación universitaria de los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de los requisitos adscritos en el Programa Verifica.

COMPETENCIAS GENERALES: Instrumentales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado. Publicatessen constituye una experiencia real de todos los conocimientos impartidos durante la formación universitaria que son aplicados de forma práctica mediante la organización del festival en todas las facetas al dirigir y coordinar un departamento tan importante y numeroso como el de gala.

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse. Tomar posesión de un puesto de responsabilidad dentro de un departamento convierte al alumno en una persona multidisciplinar capaz de aplicar su razonamiento de la forma más eficaz y práctica para resolver cualquier tipo de inconveniente que pueda surgir.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. La inmediatez y rapidez son herramientas imprescindibles a la hora de solucionar los inconvenientes que van surgiendo con el transcurso del Festival Publicatessen. Ser capaz de detectar los errores para evitar repetirlos es de vital importancia para avanzar. Como por ejemplo la distribución de las localidades de los asientos en los espacios reservados para la gala y las ventas de entradas. La existencia de un fallo en los planos proporcionados por el centro, podría haber supuesto un gran problema en el caso de no haber sido capaz de interpretar y reunir los datos necesarios para detectarlo, atendiendo a los protocolos COVID-19 establecidos.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones. Una buena comunicación entre departamentos es fundamental. Más concretamente una comunicación abierta para evitar malentendidos. En el caso del Departamento de Gala, desde el primer momento ha mantenido comunicación bilateral con todos los departamentos pero una relación más cercana de trabajo cotidiano con Diseño, Comunicación, Protocolo y Patrocinio. La coordinación con todos ellos ha sido de vital importancia para sacar el trabajo adelante puesto que sin la labor de unos no puede salir el del resto. Dicha tarea abarca desde la presentación de propuestas de diseños para publicar en determinadas acciones del Departamento de Gala, la realización de escaletas técnicas y la bobina que se reproducirá en el acto, hasta la necesidad de entablar un protocolo COVID-19 con el que poder garantizar la máxima seguridad y protección

sanitaria en todo momento. Esta rama de conocimiento ha sido impartida en diversas asignaturas del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas como *Psicología de la Comunicación* y *Comunicación interna*.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: ACADÉMICAS-DISCIPLINARES

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Importancia de comunicar lo que realmente queremos comunicar es uno de los fundamentos que se imparten en las clases. Desde el conocimiento de una buena imagen corporativa para el exterior, como es la de cualquier empresa y en esta ocasión la del Festival Publicatessen y, por ende la Universidad de Valladolid. La manera de comunicarse para atraer participación en esta edición ha estado marcada por la pandemia sanitaria, requería un alto grado de información en todo momento, pues las restricciones han sufrido muchas modificaciones según la situación epidemiológica del momento en Segovia. Una experimentación en primera persona de comunicación desde el propio Departamento de Gala al vernos obligados a actuar ante momentos de incertidumbre como la cancelación definitiva del cóctel, o la posible modificación del espacio apenas dos meses antes del evento cuando se tenía acondicionado para las instalaciones del Campus María Zambrano.

CE-2 Capacidad para asumir el liderazgo. La toma de decisiones se materializadas por la Junta directiva en los casos de mayor responsabilidad, y en segunda instancia por los coordinadores departamentales. Ese liderazgo hace que el coordinador asuma la representación del equipo, gracias a la escucha activa de las preocupaciones o inquietudes de los miembros del departamento para poder solucionarlo rápidamente. Porque, lo importante es superar las metas marcadas por el departamento para que el Festival siga adelante y la cabeza visible del departamento es la coordinadora en este caso; que ha tenido que tomar decisiones respecto a *timings* con las publicaciones de categorías al ver que no salían los patrocinios, establecer una división equitativa entre los miembros del departamento para evitar enfados y que todos trabajen por igual.

CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. La Comunicación es un sector cambiante que requiere una continua renovación y aplicación de conceptos teóricos explicados en el aula como los impartidos en la materia de *Planificación estratégica*. Esta edición ha sufrido muchos cambios que abarcan desde la ubicación hasta el aforo en lo referido al departamento de gala que hasta el

último mes ha sido cambiante y se ha ido ampliando poco a poco. La anticipación es un elemento clave del que disponen los alumnos que organizan Publicatessen puesto que se basan en la propia experiencia sobre el festival, que han adquirido con la asistencia a ediciones anteriores. Lo que permite conocer que es lo que realmente le gusta al público asistente y modificar las preferencias preestablecidas según las necesidades. Por ello este 2021 quisimos introducir actuaciones para que el espectáculo fuese más ameno y entretenido para el público con una actuación en directo de una cantante y la de un mago. Además la idea de introducir la magia en Publicatessen nos pareció muy atractiva puesto que es una cosa innovadora y que permite la interacción con el público, manteniendo en todo lugar las distancias de seguridad.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación. La experiencia propia enriquece mucho la vivencia del Festival Publicatessen desde dentro. Aunque es una tarea muy exigente por la continua necesidad de renovación de ideas debido al cambio en los gustos del público, modas u otros elementos externos. Este año además de pretender innovar con las actuaciones nos hemos visto obligados a contar con un método de resolución para las piezas ganadoras de la XIII Edición que, nos permitiese una evaluación diferente a la que se venía dando los últimos años realizando una proyección presencial de todas las piezas y captando emociones y la atención del jurado. Para ello Kopérnica se ha convertido en nuestra solución puesto que el avance tecnológico es fundamental y su metodología permitía la evaluación online de las piezas sin ningún requisito específico. Esta libertad creativa y de reinención ha sido impartida a través de conocimientos teóricos y prácticos en la asignatura de *Procesos de creación del mensaje publicitario*.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Profesionales

CE-7 Capacidad y habilidad de atención al cliente. Para desempeñar de manera idónea la comunicación con agentes externos, el Departamento de Gala cuenta con dos cuentas de correo electrónico propias con las que realizar sus gestiones de una forma independiente a la vez que formal. Las direcciones de correo electrónico son: gala@festivalpublicatessen.com y categorías@festivalpublicatessen.com. A nivel global, el Festival cuenta con perfiles oficiales en redes sociales con las que responder de una forma más instantánea las dudas que puedan surgir. Y respecto a la atención directa con patrocinadores y colaboradores los encargados de entablar relaciones son los

miembros del Departamento de Patrocinio quienes mantienen informado de sus progresos al Departamento de Gala para permitir una planificación aunque en muchos casos no se cumplan los plazos establecidos. Un cómputo global de habilidades que se han adquirido en asignaturas como *Fundamentos de las Relaciones Públicas*, *Relaciones Públicas Institucionales* e *Innovación en las Relaciones Públicas*, entre otras.

CE-8 Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de Comunicación de un organismo o empresa. Desde el Festival Publicatessen se crea un departamento exclusivo para ello porque se sabe que es la base de cualquier evento. Porque si no se comunican aspectos primarios como el lugar, el día y la hora, el público no conocerá la existencia de dicho acontecimiento. Un trabajo reforzado con acciones como ruedas de prensa, trato con los medios de comunicación o manejo de las redes sociales y página web propia. Contenido que es proporcionado o solicitado por los departamentos como en el caso de gala con la necesidad de cubrir determinados puestos para el evento como son los presentadores, la entrega de obsequios, la recepción de los premios, etc. Los conocimientos que han hecho posible la aplicación práctica de conceptos teóricos parten de las asignaturas de *Teoría del Lenguaje*, *Narrativa Publicitaria* y *Retórica de la Publicidad*.

CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Nuevamente la situación sanitaria actual ha supuesto grandes dificultades a la hora de realizar actividades que normalmente conllevan una recaudación de ingresos para el Festival Publicatessen. La solución planteada ha consistido en animar a la mayor cantidad de gente posible a la realización de actividades dinámicas que posteriormente han sido publicadas en la plataforma Instagram TV, como una nueva forma de crear contenido original y creativa. El Departamento de Gala se reinventó con la realización de una *codocam*, una versión pandémica de la mítica *Kiss cam* americana.

CE-16 Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa, símbolos o textos. El departamento de Gala ha implementado en su escenografía elementos nuevos en la imagen corporativa del Festival Publicatessen. En el atril se incorporó un vinilo transparente con el logo de la XIII Edición pensando en la practicidad para que las futuras ediciones puedan reutilizarlo a la vez que personalizarlo con el logo de su edición. Esto añade un toque

distintivo para cada generación. Como consecuencia de la ausencia de elementos decorativos para el escenario se decidió crear unas esculturas a mano con el corazón característico de Publicatessen por parte de los miembros del Departamento de Gala. Quienes realizaron un trabajo sobresaliente con iluminación incluida en las mismas y siempre supervisados en todo por la coordinación del mismo, quien dio su visto bueno a esos elementos decorativo. Además de la introducción de un diseño innovador, original y exclusivo para los trofeos de la XIII Edición del Festival Publicatessen.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas. Aspecto fundamental que desde el Festival Publicatessen siempre intenta contar con las últimas tecnologías, para estar actualizado y conectar con el mayor público posible. Desde el Departamento de Gala se decidió transmitir *vía online* a través de la plataforma YouTube el evento para mantenernos conectados y abrir las puertas del auditorio a todas aquellas personas que por tema de aforo en esta edición no pudieron asistir presencialmente. Además como se ha mencionado anteriormente las tecnologías son muy importantes y por ello empleamos el método de análisis que nos ofrecía la consultora de neuromarketing Neurologyca.

Porque, si hay algo cada día más imprescindible es mantenerse conectados hasta tal punto que, desde el Departamento de Gala como coordinadora he mantenido un documento de Excel actualizado a tiempo real con el vicerrectorado en el que se establecían todos los datos recopilados con la venta de entradas con el que conocer en todo momento el asiento de cada asistente y las personas que tenía a su alrededor. Medida eficaz ante la escasa posibilidad del surgimiento de un brote durante la gala.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Transversales

CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno. El equipo de Publicatessen está compuesto por un elevado número de alumnos, por lo que es necesario un buen ambiente de trabajo y comunicación entre ellos. Concretamente en el Departamento de Gala la clave del éxito para que todo saliese bien ha sido la continua cooperación entre todos los miembros ayudándose unos a otros sin hacer distinciones en subdepartamentos. Porque, en el caso de que alguno necesitase ayuda y alguien de otro subdepartamento estuviese disponible, sin desatender sus obligaciones, se daba la ayuda o cooperación necesaria.

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo. Al igual que hemos mencionado en el párrafo anterior la importancia de un buen ambiente de trabajo, el trabajar en equipo es fundamental para conseguir los objetivos marcados por cada departamento. Publicatessen funciona como un engranaje en el que si un departamento falla, tiene repercusión en su cómputo general, y por el contrario si algo sale bien: todo sale perfectamente. Esta competencia se ve realizada en la mayoría de asignaturas del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas porque la realización de trabajos en equipo es una constante, reflejo del trabajo profesional.

CE-22 Preparación para asumir el riesgo. Desde el comienzo de cada edición los alumnos conocen la existencia de riesgos que deberán asumir, sobre todo aquellos que tomen posesión de cargos de responsabilidad. Riesgos, en muchas ocasiones imprescindibles para lograr el éxito. El mayor riesgo al que nos enfrentamos el Departamento de Gala ha sido la posible cancelación del evento de forma presencial, pero afortunadamente gracias a la evolución positiva de los datos epidemiológicos de la COVID-19, la gala ha podido realizarse de forma presencial con un aforo muy restringido.

CE-24 Saber gestionar el tiempo. Una planificación desde el principio evita muchos quebraderos de cabeza por no haber organizado bien el tiempo. Establecer unos plazos de entrega, revisar memorias y Trabajos de Fin de Grado de años pasados son de gran ayuda para comprender la cantidad de tareas que debe realizar cada departamento. Tareas que en ocasiones puedes creer que compete solo a otros departamentos y en realidad no. Como la visita a autoridades como Clara Luquero, actual Alcaldesa de Segovia para cerrar su paso e intervención durante la gala.

CE-25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad. Saber actuar de manera autónoma asumiendo los riesgos y oportunidades resulta gratificante porque ese comportamiento es el reflejo del departamento entero. El coordinador es la cara visible que adquiere en mayor medida esta competencia aunque afecta a todos los miembros del Festival Publicatessen.

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. Este documento plasma la actividad realizada durante los meses de trabajo para el Festival Publicatessen a la vez que su correspondiente autocrítica con la que mejorar aspectos que hayan fallado.

Todas estas competencias refuerzan los requisitos establecidos y han sido asumidos por el Departamento de Gala como compromiso con la asociación. Según el Real Decreto 1393/207, del 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias. Se procede a informar sobre la obtención de títulos universitarios gracias a la priorización de sus objetivos asociados a la adquisición de competencias por parte del alumnado que, el plan de estudios del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas respeta del Plan Bolonia.

3. XIII Edición

La decimotercera edición del festival dio comienzo el día 28 de octubre de 2020 con la celebración de una reunión convocada por los profesores de la Universidad de Valladolid Marian Núñez Cansado y Alberto Martín García, ambos coordinadores responsables del festival en máxima instancia. A dicha reunión acuden todos los alumnos de cuarto del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que están interesados en ser miembros de Publicatessen. Tras esta reunión informativa, se postulan todos los candidatos para la composición de la Junta Directiva, órgano de máxima autoridad y coordinación junto al equipo de coordinadores de los diversos departamentos. Una vez elegidos los miembros, ésta queda de la siguiente forma: en la presidencia Mario Gómez Carretero, en la vicepresidencia Rocío Ruiz Nalda, en la secretaría Borja Tabanera Conde, en la tesorería Javier Gómez Guerra y como vocales Iryna Marchenko y Ángela Garzón. Días después se decide la elección de los respectivos coordinadores y subcoordinadores de cada uno de los departamentos que en esta edición han sido un total de nueve y, que a continuación detallamos brevemente.

- Departamento de Jornadas

Cuya acción principal se basa en la organización y gestión de las ponencias y talleres que se imparten durante la semana en la que transcurre Publicatessen y todo lo que ello conlleva, como el merchandising o las dietas...

- Departamento de RSC

La Responsabilidad Social Corporativa es muy importante dentro de un evento tan grande como este y es por ello que existe un departamento exclusivo con el que realizar labores sociales que contribuyan a la mejora de la sociedad así como a la propia imagen del festival.

- Departamento de Comunicación

Departamento fundamental en cualquier negocio o asociación en este caso. Es el encargado de planear y ejecutar todo el plan de comunicación del festival desde el primer y hasta el último día. Acciones como mantenerse en contacto con los medios de comunicación, dar respuesta al target o permanecer activos en las redes sociales son tareas de este equipo.

- Departamento de Diseño

Otro departamento fundamental, puesto que todos los materiales gráficos que son requeridos para la realización de cualquier tipo de acción o publicación son realizados por ellos.

- Departamento de Tardecitas

En un año normal, son los responsables de realizar actividades de entretenimiento con las que poder recaudar dinero para el festival. Pero en este curso tan difícil por la pandemia pocas han sido las acciones que han podido llevar a cabo debido a las restricciones.

- Departamento de Protocolo

La función de este equipo era clave este curso debido a las medidas excepcionales que hemos vivido con la COVID-19. Trabajan mano a mano con otros departamentos para supervisar que se siguen de manera adecuada las medidas establecidas por la Universidad, sobre todo el día de clausura durante la realización de la gala.

- Departamento de Patrocinio

Este departamento se sustenta en la búsqueda, contratación y participación de patrocinadores y colaboradores para con la organización. Gracias a dicho contacto el festival obtiene bienes y servicios que hacen posible la realización del mismo. Puesto que cualquier buen festival que se precie debe contar con un buen patrocinio a sus espaldas que le abale.

- Departamento de Producción y Audiovisuales

Debido a las necesidades de producción específicas para la ejecución de ciertos eventos dentro del festival, nace este departamento. Se encargan de maquetar y supervisar los materiales gráficos necesarios tanto en las jornadas como en la gala.

- Departamento de Gala

Encargado de toda la planificación, organización y ejecución del evento de clausura como es la Gran Gala. Además de un coctel posterior con el que se da por finalizado el festival.

La organización ha estado compuesta por un total de 72 personas repartidas en los departamentos anteriores (Anexo I). A pesar de que inicialmente fueron 79 y por diversas circunstancias decidieron abandonar esta aventura. Un equipo humano que ha dado lo mejor de sí en estos duros meses de trabajo.

Una vez presentada la organización completa se procede a la elección del tema y logo de la edición. Ambas elecciones se realizan de forma democrática entre el alumnado de cuarto curso. Un total de veintiuna propuestas fueron presentadas para postularse como el tema de la edición, pero finalmente tras el escrutinio la candidatura ganadora fue “*Publicentrismo, Habemus Paradigma*”. Un concepto aparentemente abierto que, engloba todo lo relacionado con la publicidad posicionándola a ésta como centro de todo.

La elección del logo va en sintonía con el tema, puesto que como podemos observar en la Imagen 1. los diferentes elementos que componen la misma evocan una reproducción de las famosas manos pintadas por el artista Miguel Ángel en la bóveda de la Capilla Sixtina y el *Habemus Paradigma*, con el que se hace referencia al latín. Todo ello en conjunción con el característico corazón de Publicatessen compone el logo de la XIII edición.



Imagen 1. Logo XIII Edición Festival Publicatessen.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

3.1. Departamento de Gala

Debemos partir de la concepción de Gala, como una ceremonia en la que los asistentes acuden de forma elegante y excepcional a la celebración de un acontecimiento importante para comprender la magnitud del evento y todo el trabajo que conlleva tras de sí.

3.1.1. Organización interna

El equipo de trabajo que ha conformado el Departamento de Gala de la XIII edición es el más numeroso junto con el de Jornadas, con un total de trece miembros que finalmente tras la baja de Desiré Alija Falagán, se quedó en doce.

Coordinadora: María Alonso Rodríguez

Subcoordinador: Pablo de Diego Martínez

Lorena Navas Echazarreta	Mirian García Paniagua
Lucía de Ávila Martín	Álvaro Miranda García
Marina Ramos Herreras	Marilia Niño Gutiérrez
Rebeca Alcalde Pérez	Miguel Gómez Pozueta
Alejandra Macho Martínez	Alicia López de Silanes

Tabla 1. Miembros Departamento Gala XIII Edición Publicatessen.

Fuente: elaboración propia.

La metodología de trabajo empleada durante todo el proyecto ha consistido en la división del equipo en tres subdepartamentos coordinados y supervisados en todo momento por los coordinadores. Esta diferenciación nos permite trabajar de forma más especializada focalizando las tareas en personas determinadas y no en todo el departamento. Considerando por tanto ésta la mejor opción de trabajo para que no exista confusión alguna o caos sobre los asuntos a resolver. La selección de los componentes en los diferentes subdepartamentos fue de libre elección por parte de los compañeros, puesto que creíamos conveniente que cada uno trabajase donde se sintiese más cómodo y fuese más productivo.

Estos son los nombrados subdepartamentos de los cuales hablaremos en siguientes apartados con mayor profundidad.

- Subdepartamento de Guion
- Subdepartamento de Categorías
- Subdepartamento de Attrezzo

3.1.2. Objetivos específicos del departamento

Dentro de cada departamento se deben fijar unas estrategias de planificación y organización de todos los acontecimientos que deben realizarse para que se celebre una edición más del Festival Publicatessen de forma atractiva y novedosa para el público que asiste. Concretamente, el Departamento de Gala se marca como objetivos a cumplir los siguientes:

- El primero y primordial, es organizar y realizar una espectacular gala de clausura en la que se entreguen los ansiados galardones de manera presencial. Para trabajar de una manera efectiva es fundamental que exista un buen ambiente de trabajo en el que la repartición de tareas sea equitativa. Además de llevar una correcta calendarización gracias a la cual poder anticiparse a posibles inconvenientes que puedan surgir. Es por ello que la elección de presentadores, la selección del lugar, así como una escenografía acorde al emplazamiento y al guion son tareas que se empiezan a trabajar desde las primeras semanas, o al menos se tienen en cuenta para ejecutarlas cuando sea su momento oportuno.

Otro aspecto importante para que todo salga bien es la continua comunicación y trabajo con el departamento de protocolo.

- El segundo se sustenta en la obtención del mayor número de categorías posibles con las que lograr gran participación del alumnado y que luzca más el evento. Para lograr cumplir este objetivo el trabajo del departamento de patrocinio en colaboración con gala debe ser excepcional para lograr patrocinios cuanto antes y conseguir la ansiada participación en todas las categorías. Relevante también es el tener noción de cuál va a ser el método de medición para la selección de las piezas ganadoras. Así como la realización de una estrategia de comunicación para la publicación de las categorías en diferentes fases.

- El tercer y último objetivo marcado por el Departamento de Gala consiste en la organización de un coctel posterior como en anteriores ediciones. Este es un gran reto que nos planteamos como una opción más que una obligación pero que a pesar de la dificultad que supone su ejecución por las duras restricciones establecidas por el Gobierno de España ante la pandemia mundial, COVID-19, intentaremos sacar adelante con toda la responsabilidad que ello conlleva en el caso de que se pueda realizar. Porque lo realmente importante es la salud. Y, si la situación sanitaria a nivel nacional no mejora, finalmente no se podrá realizar. Para ello, estaremos informados en todo momento sobre los datos que ofrece el Gobierno acerca del número de contagios y fallecidos en todo el territorio nacional. Sabemos que es una premisa difícil de ejecutar por las duras restricciones pero, guardamos la esperanza de que en los meses de primavera, que es cuando tiene lugar la Gala de Publicatessen, la situación socio-sanitaria haya mejorado y aunque sea de forma diferente, realizar un pequeño convite con todas las medidas de seguridad necesarias como un aforo limitado e incluso la realización del mismo en un espacio abierto al aire libre.

4. Acciones llevadas a cabo por el departamento de Gala

La primera reunión del departamento tiene lugar el 13 de noviembre de 2020 como una toma de contacto con todos. En ella se exponen todas las ideas presentadas en apartados anteriores sobre el funcionamiento del equipo y comienza a funcionar el engranaje.

4.1. Entrega obsequios edición pasada

El 9 de diciembre de 2020 fue el día en el que se celebró la primera acción del departamento. El evento consistió en la entrega de los obsequios de la pasada edición que los compañeros de la promoción anterior no pudieron entregar debido al confinamiento que regía en España en ese momento. Los obsequios eran bolsas con merchandising personalizado de la XII edición (un llavero, una pulsera, una libreta y dos pegatinas corporativas), que entregamos en el ágora a las 190 personas que se encontraba en la correspondiente lista.

La coordinación se encargó de obtener dicha lista poniéndose en contacto con los coordinadores de la pasada edición. Además de organizar y supervisar a los miembros del departamento para que cubriesen las horas estipuladas para la entrega de los obsequios que habían sido comunicadas al Departamento de Comunicación para que se realizase el llamamiento pertinente a los interesados.

Inicialmente este evento iba a ser un acto simbólico sobre el relevo de promoción, en el que se iba a presentar la nueva edición del festival a los medios con su correspondiente rueda de prensa. Pero, por cuestiones ajenas a la XIII Edición no se llegó a celebrar de dicha manera pero gran parte de los obsequios fueron entregados a muchas personas inscritas en la lista porque se realizó de una forma más discreta, sin medios de comunicación, en el ágora del Campus María Zambrano.

4.2. Casting presentadores y azafatos

Se convocó a un casting de presentadores los días 14 y 15 de diciembre con el cartel de la imagen 2, que fue publicado en redes sociales a la vez que impreso y colgado en alguno de los tabloneros que bordean el ágora del Campus María Zambrano para dar mayor visibilidad a la acción y animar a todo aquel que no posea redes sociales a participar.



Imagen 2. Cartel casting presentadores XIII Edición Festival Publicatessen.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

A la convocatoria asistieron seis candidatos, de los cuales finalmente se escogieron tres por su química en el escenario, a pesar de que el jurado partía de la idea de contar con dos presentadores principales y dos sustitutos. Los candidatos seleccionados fueron José Manuel González, Ana López Moure y Eduardo Alonso Núñez. Durante el casting se realizan diferentes pruebas a los candidatos con las que poder conocer sus capacidades de actuación e improvisación sobre el escenario. Algunas de ellas son las siguientes: presentación con una anécdota graciosa, improvisación ante la caída de un foco, presentación de un premio, improvisación ante la caída de un premio o reacción ante algún fallo técnico que deje al presentador sin apoyo gráfico ni sonoro, entre otras.

Como coordinadora del Departamento de Gala en conjunción con Pablo de Diego, Subcoordinador del departamento se acordó que el jurado estuviese compuesto por cinco miembros para evitar empates en la decisión final y en el caso de que diera esa situación el voto decisivo sería el de la coordinadora.

Quedando la composición del jurado de la siguiente manera: un miembro de la Junta directiva, en este caso Javier Gómez Guerra; dos miembros del Subdepartamento de guion, Mirian García Paniagua y Miguel Gómez Pozueta; uno de los coordinadores de Gala alternándose los días y una profesora del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Azucena García García.

Otra acción que se plantea y ejecuta desde el Departamento de Gala, por temas de guion y con el fin de hacer la gala más amena y entretenida es la búsqueda de alumnos con algún tipo de talento que quieran participar realizando una actuación o exhibiendo sus capacidades en el escenario el día de la gala. Dicha convocatoria se realizó a través del cartel de la imagen 3, diseño que al igual que el resto de publicaciones han sido pedidas al Departamento de Diseño y posteriormente planificadas con el departamento de comunicación para su publicación en los medios propios del festival.

A nuestra llamada respondieron varios alumnos de cursos inferiores. Una vez más se conformó un jurado para tomar la decisión final en el que la coordinación del departamento estaba presente y fue decisiva. Finalmente se decidió la intervención de dos alumnos de primer curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, como actuaciones intercaladas en el transcurso del espectáculo. Concretamente Paula Joyanes como cantante y Álvaro de Andrés con una actuación de magia en directo.



Imagen 3. Cartel búsqueda talentos para Gala XIII Edición

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

La idea inicial que existía respecto a los azafatos necesarios para el correcto desempeño del evento consistía en la selección de los mismos a través de un casting presencial como ha ocurrido en las ediciones anteriores. Pero, debido al contexto actual pandémico y al reducido número de público que puede asistir se decide que los azafatos que desempeñaran las funciones propias serán los propios miembros del Departamento de Gala con ayuda del Departamento de Protocolo en el exterior de las instalaciones. Concretamente y según el protocolo se establece un total de ocho personas dentro del Salón de actos para acomodar y atender a los asistentes tanto delante como detrás del escenario; otras dos con funciones similares en el Salón de grados y el departamento de protocolo como auxiliar para momentos claves en los que se necesita su ayuda con la recogida de ganadores en el *photocall* y posterior acompañamiento hasta su asiento. Un total de doce personas realizan este trabajo durante toda la gala de los que la coordinadora de Gala debe estar pendiente y supervisando que todo salga según lo establecido.

4.3. Cóctel

El cóctel tras la gran gala es una tradición ya asentada con el paso de los años en el Festival Publicatessen. Pero, para esta edición ha supuesto un gran reto que asumir. Desde el mes de noviembre cuando comenzamos nuestra andadura nos propusimos realizar un cóctel dentro de las limitaciones existentes pero con la gran ilusión de realizar algún tipo de acto con el que culminar la noche de la publicidad.

El Subdepartamento de Attrezzo compuesto por Marina Ramos Herreras, Lucía de Ávila Martín y Lorena Navas Echazarreta asumieron esta tarea de búsqueda, pero muchos establecimientos se encontraban cerrados. Por lo que la idea de celebrar un cóctel tal y como lo conocíamos de ediciones pasadas se desvaneció. Se propuso entregar a los asistentes una bolsa con algún detalle a modo de cotillón de nochevieja pero otra vez, debido a las restricciones esa propuesta no se podía llevar a cabo porque implicaba que los asistentes se quitasen la mascarilla en algún. Unos meses antes de la Gran Gala, como coordinadora del departamento, me veo en la obligación de poner a trabajar a este Subdepartamento en la escenografía necesaria para el evento y dar por desvanecida la propuesta inicial de realizar un cóctel porque las medidas restrictivas no se relajan en ningún momento. Incluso existen picos de contagios en Castilla y León

que nos mantienen en incertidumbre hasta el levantamiento del Estado de Alarma el día 9 de mayo, tan solo unos días antes de la Gala que tuvo lugar el 13 de mayo.

5. Gala

Se decide que la fecha fijada para la realización del evento sea el jueves 13 de mayo de 2021, a las 18:30h. El hecho de que se produzca por la tarde y no por la noche como en los años anteriores viene dado por el Estado de alarma en el que se encontraba el país hasta el 9 de mayo, cuando el toque de queda fijado a las 22h en el caso de Castilla y León fue levantado. Por tanto grave condicionante, en el momento de concretar una hora de inicio en los meses anteriores ante la incertidumbre de que era lo que iba a suceder respecto a la libertad de movimiento.

Una novedad de la XIII edición es la ubicación. Publicatessen se traslada las recién inauguradas instalaciones de la fase II del Campus María Zambrano. Y, más concretamente en el Salón de Actos con una capacidad de trescientas sesenta seis butacas y a su Salón de Grados contiguo que puede llegar a albergar hasta cien personas. Para el equipo es todo un honor haber podido disfrutar de estas instalaciones e introducir el espacio como algo novedoso que apenas lo conocen los alumnos. Aunque, una vez más nos vemos obligados a extremar las precauciones por el contexto sanitario. Reduciéndose el aforo de ambos espacios quedando el mismo en 82 butacas disponibles en el Salón de Actos y 48 para el Salón de Grados. Lo que supone un aforo total de ciento treinta personas.

5.1 Guion

Es posible considerar al guion como la esencia de un evento en el que hay interacción con el público. Es por ello que el Subdepartamento de Guion, encabezado por Miguel Gómez Pozueta y Mirian García Paniagua, ha tomado especial importancia desde el momento en el que se realizó el casting de presentadores y se conocieron los nombres definitivos bajo la supervisión de la coordinación del departamento. Se van presentando propuestas supervisadas por la coordinación del departamento en reuniones departamentales que gustan al resto del grupo y a los presentadores para ejecutar en la gala.

En última instancia se decide que la idea más apropiada y que mejor va con los animadores consiste en un continuo juego de roles entre ellos por ser el presentador protagonista en la gala. La confrontación viene dada por el deseo de Eduardo por llegar a ser presentador “titular” y quitarles el puesto a Ana y José Manuel de pareja principal. Para realizar todo eso Eduardo va haciendo pequeñas jugarretas a ambos como robarles un premio para entregarlo él solo, robarles prendas de ropa...

Los procesos de escritura tanto del guion literario como del guion técnico ha sido llevado a cabo íntegramente por los miembros del departamento y supervisado en última instancia por Alejandro Buitrago, profesor del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Valladolid y José Antonio de Miguel Sanz, Técnico de Audiovisuales del Campus María Zambrano de Segovia.

Por cuestiones logísticas al realizarse la gala en dos espacios cercanos entre sí como son el Salón de Actos y el Salón de Grados del Campus María Zambrano esto nos permite interactuar con el público de ambos espacios gracias a la “*codo cam*”, con la que simular a la conocida *kiss cam* pero en versión COVID, en la que los presentadores ayudados de soporte técnico graban a gente aleatoria que están próximos en sus asientos y les anima a realizar un choque de codos. Un saludo muy recurrente en este año de pandemia. Además, para aportar un toque diferenciador al resto del público asistente se considera oportuno que los presentadores muestren durante todo el evento sus caras de forma completa gracias al empleo de mascarillas transparentes para que no pierdan parte de la gesticulación de la cara que acarrea el empleo de cualquier otro tipo de mascarilla. Colaboración que se llevó a cabo junto con el Departamento de Patrocinio tras una petición de los presentadores y la posterior gestión de la coordinadora del Departamento de Gala.

5.2 Categorías

El trabajo del Subdepartamento de Categorías es elemento clave para que todo salga bien. En esta la decimotercera edición fueron cinco, los compañeros encargados de realizar tareas que competen desde la redacción de las bases hasta la recogida de las piezas y todo lo relacionado propiamente con las categorías como los problemas e inconvenientes que puedan surgir para poder, solventarlos de la manera más rápida y eficaz existente en ese momento. Ya sea de forma directa con los responsables del

departamento o directamente con el Departamento de Patrocinio indicando siempre las acciones tomadas a los coordinadores. Dichos componentes del grupo son:

- Alejandra Macho Martínez
- Alicia López de Silanes de la Iglesia
- Álvaro Miranda García
- Marilia Niño Gutiérrez
- Rebeca Alcalde Pérez

Durante el mes de noviembre se realiza una investigación sobre las categorías que se suelen presentar en otras ediciones e ir conociendo el ámbito de las categorías así como la redacción y publicación de las bases como principal función a comienzos del curso académico. El día 6 de enero tiene lugar una reunión entre los coordinadores y la Junta directiva para comentar la situación de todos los departamentos. Es en ese momento cuando se expone al resto de la organización la intención de cumplir con lo planificado por los coordinadores como la primera fecha de publicación de categorías, estableciéndose en torno al día 1 de febrero. Esta propuesta está concebida con la clara intención de ofrecer al alumnado el mayor tiempo posible para que realicen sus piezas y ganar, por tanto participación. Pero, debido a problemas con el cierre de categorías patrocinadas nos vemos en la obligación de publicar nueve días después, el 10 de febrero, aquellas categorías que no van asociadas a un patrocinio y a las que de aquí en adelante denominaremos como no patrocinadas. En la imagen 4 podemos ver el diseño que realizó el Departamento de Diseño para la publicación de las primeras categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen.



Imagen 4. Publicación primeras categorías XIII Edición Festival Publicatessen.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

Paralelamente desde la coordinación del departamento se comienza a mandar correos electrónicos a otras universidades españolas en las que se estudia el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas para captar posibles participes para la categoría de Interuniversidades fomentando la cooperación entre universidades españolas.

Tal y como podemos observar en la tabla 2, la segunda tanda de categorías fueron publicadas en los medios oficiales del Festival Publicatessen el 12 de marzo con el diseño de la imagen 5. Fecha que al igual que en las primeras categorías, por cuestiones ajenas al departamento de gala fue retrasada dos semanas. Finalmente, el día 30 de marzo se lanzó una categoría extra cuyo diseño para publicitarla en redes sociales es el de la imagen 6.

	FECHA PUBLICACIÓN DE LAS BASES	RECOGIDA DE LAS PIEZAS
PRIMERAS CATEGORÍAS	10 febrero	12 abril
SEGUNDAS CATEGORÍAS (PATROCINADAS)	12 marzo	12 abril
CATEGORÍA EXTRA (REAL FÁBRICA DE CRISTALES)	30 marzo	19 abril

Tabla 2. Planificación publicación y recogida de las piezas de las categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 5. Publicación segundas categorías XIII Edición Festival Publicatessen.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com



Imagen 6. Publicación categoría Real Fábrica de Cristales.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

La recogida de piezas se establece según el riguroso protocolo COVID que marca la Universidad de Valladolid: gel hidroalcohólico, distancia de seguridad y una continua ventilación del espacio. En la tabla 3 se muestra la coordinación del Departamento de Gala y el de Protocolo para realizar dicha actividad.

FECHA	HORARIO	DEPARTAMENTO GALA	DEPARTAMENTO PROTOCOLO
12 ABRIL	11:00 a 13:00	Álvaro Miranda García Alicia López de Silanes de la Iglesia	María José Granado Sevilla
12 ABRIL	17:00 a 20:00	Pablo de Diego Martínez María Alonso Rodríguez	Sonia Aguilar López
19 ABRIL	11:00 a 13:00	Álvaro Miranda García Alejandra Macho Martínez	Andrea de Paz Tur
19 ABRIL	17:00 a 20:00	Marilia Niño Gutiérrez Rebeca Alcalde Pérez	Sara Medina Marcos

Tabla 3. Calendarización y planificación departamentos de gala y protocolo para la recogida piezas categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen. Fuente: elaboración propia.

Como hemos indicado, uno de los pilares que fundamentan el Subdepartamento de Categorías consiste en la redacción de las bases de cada una de las mismas que poseerán un diseño homogéneo y renovado respecto a otros años. Una vez redactadas éstas son enviadas al Departamento de Comunicación para que las publiquen en la página web oficial del festival (www.festivalpublicatessen.com) y anuncien a través de las redes sociales y canales de información oficiales las diferentes categorías de la XIII Edición. Seguidamente, en la tabla 4 observamos el correspondiente reparto de categorías según las diferentes etapas de lanzamiento distinguiendo entre categorías patrocinadas y no patrocinadas. Un total de 12 categorías, a las debemos añadir:

- Tema de la XIII Edición: *Publicentrismo, Habemus Paradigma*.
- Logo de la XIII Edición.
- Categoría mejor departamento del Festival Publicatessen.

PRIMERAS CATEGORÍAS	<i>Categorías no patrocinadas</i>	Fotografía Exalumnos Cuña libre Trucho Imitación Trucho Libre Dupla Creativa
SEGUNDAS CATEGORÍAS	<i>Categorías no patrocinadas</i>	Interuniversidades
	<i>Categorías patrocinadas</i>	La Bientirada de Segovia La Seca, Cuna del verdejo Conservera Ignacio González Montes Escuela creativa Complot
CATEGORÍA EXTRA	<i>Categorías patrocinadas</i>	Real Fábrica de Cristales

Tabla 4. Relación de las categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen según su publicación.
Fuente: elaboración propia.

Una vez llegada la fecha de recogida de piezas recogemos los siguientes datos reflejados en la tabla 5. Un total de 112 piezas que fueron analizadas por la metodología empleada por la consultora de neuromarketing Neurologycya gracias a la cual se extrajeron las piezas ganadoras de esta edición.

CATEGORÍA	Nº PIEZAS PRESENTADAS
FOTOGRAFÍA	36
EXALUMNOS	4
CUÑA LIBRE	8
TRUCHO IMITACIÓN	11
TRUCHO LIBRE	21
DUPLA CREATIVA	17
INTERUNIVERSIDADES	2
LA SECA, CUNA DEL VERDEJO	1
ESCUELA CREATIVA COMPLIT	6
CONSERVERA IGNACIO GONZALEZ MONTES	1
REAL FÁBRICA DE CRISTALES	4
LA BIENTIRADA DE SEGOVIA	1
TOTAL	112

Tabla 5. Totalidad de piezas presentadas en las diferentes categorías de la XIII Edición del Festival Publicatessen. Fuente: Elaboración propia.

Un último aspecto relacionado con las Categorías de la XIII Edición son las publicaciones que se plantearon desde el Departamento de Comunicación y Patrocinio en conjunción con el Departamento de Gala para promocionar a los patrocinadores de esta XIII Edición con una publicación específica y personalizada de cada uno de ellos. Y que podemos contemplar a continuación en las imágenes 7,8, 9 y 10 respectivamente.



Imagen 7. Publicación promoción La Bientirada de Segovia.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com



Imagen 8. Publicación promoción La Seca. Cuna del Verdejo.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com



Imagen 9. Publicación promoción Conservera Ignacio González Montes.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com



Imagen 10. Publicación promoción Escuela Creativa Complot.

Fuente: recuperado de www.festivalpublicatessen.com

5.3. Fallo del jurado

Otro elemento indispensable para la entrega de premios, además de un buen guion como hemos mencionado es conseguir la valoración y posterior resolución de las piezas ganadoras del festival. En anteriores ocasiones se ha contado con la colaboración de la consultora de neuromarketing Sociograph, como herramienta para realizar esta tarea gracias a su sistema de análisis exclusivo basado en técnicas cuantitativas y cualitativas con las que poder conocer los niveles de emoción y atención que las diferentes piezas provocan en el jurado que las valora. Pero en esta edición se decidió contar con la consultora Neurologyca, quienes están especializado en neuromarketing al igual que Sociograph.

Centran sus estudios en metodologías de neurociencia, búsqueda y consulta por lo que se optó por contar con su labor profesional para el desempeño de esta tarea. Otra motivación para trabajar con ellos debido a la situación de crisis socio sanitaria y respetar todos los protocolos COVID preestablecidos se basaba en la facilidad de evaluación online a la que nos vimos forzados asumir y que dicha metodología permitía gracias al sistema de Kopérnica.

Además cuentan con varios reconocimientos como el Premio Excelencia 2019 a la mejor consultora del año. Por su labor como pioneros en la utilización de la neurociencia en el desempeño de investigaciones relacionadas directamente con los consumidores gracias al empleo de diversas metodologías como la aplicada en el festival. El estudio se realizó mediante el envío de enlaces webs a los miembros de jurado que debían abrir en su ordenador y visualizar en sus pantallas. Los datos fueron recogidos a través de la propia webcam y mandados a la consultora, quienes finalmente nos dieron a conocer el nombre de los ganadores de todas las categorías.

A continuación el listado de las piezas seleccionadas como finalistas y ganadoras de las correspondientes categorías de la XIII Edición. En primer lugar las evaluadas por Neurologyca seguidas de las patrocinadas que, inicialmente fueron cinco y acabaron siendo cuatro. Por la estimación oportuna de uno de los patrocinadores de dejar desierto el premio de su categoría por la escasa participación. Dicho patrocinador es La Bientirada de Segovia.

Categoría: Cuña Libre

- Pieza finalista: Imagina.
- Pieza finalista: Conduce tu camino.
- Pieza ganadora: Sal la marismeña.

Categoría: Dupla Creativa

- Pieza finalista: Hemos causado el calentamiento global.
- Pieza finalista: Ni una mancha.
- Pieza ganadora: Todo matrimonio pasa por nuestras tiendas.

Categoría Ex-alumnos

- Pieza finalista: Intolerable el becario.
- Pieza finalista: Retratando siempre las buenas historias.
- Pieza ganadora: Campus María Zambrano una historia interminable.

Categoría Fotografía:

- Pieza finalista: Art and tradition.: Breathe.
- Pieza finalista
- Pieza ganadora: Nike air lime 1.

Categoría Trucho Imitación:

- Pieza finalista: La barra de pan más cara del mundo.
- Pieza finalista: Conoce la Uva, conoce el acento.
- Pieza ganadora: La esencia de la Uva.

Categoría Interuniversidades:

- Pieza finalista: Manos limpias, mente sucia.
- Pieza ganadora: Lo realmente valioso.

Categoría Trucho Libre:

- Pieza finalista: Fanta Zero, está muy buena.
- Pieza finalista: La expresión más utilizada del mundo.
- Pieza ganadora: Día a día.

Categoría La Seca, cuna del verdejo, del Ayuntamiento de La Seca:

- Pieza finalista: Celebra la vida.
- Pieza ganadora: Celebra la vida.

Categoría Escuela creativa Complot:

- Pieza finalista: Ruralidad es vida.
- Pieza ganadora: Ruralidad es vida.

Categoría Real Fábrica de Cristales:

- Pieza finalista: Una nueva fábrica de cristales en redes.
- Pieza ganadora: Una nueva fábrica de cristales en redes.

Categoría Conservera Ignacio González Montes:

- Pieza finalista: Instamar.
- Pieza ganadora: Instamar.

5.4. Premios

Anualmente autoridades, patrocinadores y presentadores hacen entrega de nuestros preciados galardones. Cuyo encanto es perceptible al escuchar su nombre, puesto que están bautizados bajo el nombre de *acuetrucho*. Esta nomenclatura hace especial mención a la ciudad de Segovia y concretamente a su monumento más emblemático y reconocido, el acueducto. A esta peculiaridad que les hace exclusivos debemos añadir que en esta edición los premios han sido creados gracias a la colaboración de la Real Fábrica de Cristales de La Granja de San Ildefonso (Segovia), con el festival.

Institución perteneciente a Patrimonio Nacional y declarada como bien de interés cultural nacional. Quienes llevan trabajando los vidrios y cristales desde el siglo XVIII con la instauración de la dinastía Borbónica en España.

Empleando técnicas tradicionales y artesanales que conllevan una especial dedicación en el proceso de fabricación de cada una de las piezas porque gran parte del trabajo se realiza de forma manual, como verdaderos artesanos que son. Desde Publicatessen ha sido un gran honor poder contar con una colaboración tan especial como esta y más con el valor añadido de poder entregar a los ganadores algo tangible y exclusivo como han sido nuestros acuetruchos de la XIII edición con forma de esfera, ver imagen 2, diseño final que fue elegido por la Junta Directiva entre varias propuestas.



Imagen 11. Acuetrucho XIII Edición Festival Publicatessen.

Fuente: elaboración propia.

6. Evaluación

Finalmente, una vez concluidos todos los actos del festival con la gala de clausura es momento de realizar valoraciones sobre los objetivos fijados al comienzo de este proyecto para poder comprobar si han sido cumplidos o al menos planteados en la planificación de la gala.

El primero de ellos establecía la rigurosa prioridad de realizar el evento eficazmente y presencialmente. Dicho objetivo puede ser evaluado como superado. Porque gracias a la colaboración y trabajo en equipo de todos los miembros del departamento la gala tuvo lugar sin percances a pesar de las situación sanitaria actual con la que nos llegamos a plantear incluso la idea de hacer una gala sin público en el peor de los escenarios pero gracias al descenso de casos y la vacunación contra la COVID-19 la gala se celebró con público, es verdad que muy reducido puesto que las instalaciones donde se realizaron cuentan con un aforo ampliamente superior pero debemos estar contentos con haber podido realizar un acto presencial, con todas la medidas preventivas, dado la gran cancelación de eventos que se han sucedido en los últimos meses.

Además la comunicación continua tanto con otros departamentos como a nivel interno se ha mostrado como una clave para lograr el éxito obtenido.

El segundo hace referencia a las categorías del festival, que como ya hemos mencionado anteriormente no ha llegado a cumplir todas las expectativas puestas en este aspecto. Esto hace referencia a la publicación y posterior presentación del número de categorías, que han conformado la XIII edición. Es trabajo del Departamento de Gala gestionar todos los aspectos relacionados con las categorías y este año las condiciones para lograr patrocinio con las dificultades económicas que estamos viviendo han dado como resultado un número menor de patrocinadores activos para la gala.

Dicha tardanza en conseguir dichos patrocinios en alguna ocasión ha supuesto escasa participación pero, en el resto de categorías ha habido una participación considerable siendo fotografía la que mayor número de piezas se han recibido. Salvo ese pequeño problema con las categorías patrocinadas, el resto de categorías, que han sido once han cumplido el objetivo de participación que era el marcado específicamente por el equipo de trabajo.

Por último, la organización del tradicional cóctel que se viene realizando tras la gala desde ediciones pasadas. Este objetivo claramente no se ha cumplido, pero por razones ajenas al equipo. Porque a pesar del pesimismo inicial que pesaba sobre nosotros al encontrarnos con tantas limitaciones, el Subdepartamento de Attrezzo se puso en marcha para buscar opciones válidas que respetasen todos los protocolos para finalmente vernos obligados a desistir en la organización del mismo y centrarnos en la escenografía y convertir los espacios en lugares ambientados para un evento de estas características.

Además la búsqueda de un lugar en Segovia que cuente con la posibilidad de albergar a más de cien personas al aire libre fue muy difícil. Con el avance de la pandemia y los altibajos en el número de contagios, miembros del departamento plantearon la opción de entregar a los asistentes una bolsa algo más elaborada que en ediciones anteriores, que normalmente suele ser un detalle como pueden ser gominolas, para suplir el convite posterior. De hecho, se habló con el Departamento de Patrocinio para conseguir producto pero, no pudo ser debido a que todo el mundo debía estar en todo momento con la mascarilla puesta y con esta propuesta se podría incitar a que la gente comiese durante el espectáculo.

A nivel general podemos dar por cumplidos los objetivos específicos marcados a comienzo del curso, porque a pesar de las adversidades hemos sabido hacerlas frente y superarlas. Lo que ha supuesto un continuo proceso de aprendizaje para las personas implicadas en la coordinación, especialmente al asumir riesgos continuos con la toma de decisiones que han hecho posibles la realización de la Gala.

7. Conclusiones

Para poder dar por finalizado este Trabajo de Fin de Grado en el que recogen todos los aspectos destacables sobre el trabajo realizado por el Departamento de Gala durante la XIII Edición del Festival Publicatessen debe concluir con las siguientes reflexiones.

A nivel formativo y personal, formar parte de Publicatessen, un festival hecho por y para estudiantes supone una gran oportunidad que no se ofrece en casi ninguna otra Universidad. Asumir las tareas de coordinación de un departamento conlleva la toma de contacto directa con el mundo laboral desde la perspectiva de seguir siendo estudiante universitario al que le faltan escasos meses para formarse como profesional de la Publicidad y las Relaciones Públicas.

Esta aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en durante el grado hace que se creen vínculos con compañeros y profesores que de otra forma no se podrían dar tal y como se pretende con el Plan Bolonia. Implicación que es valorada positivamente dentro del sector.

La nueva ubicación del festival en las instalaciones de la fase II del Campus María Zambrano han supuesto la inauguración de los espacios para un gran evento como este. Espacios que han conseguido desvincular la imagen asociada a la gala con el Teatro Juan Bravo, el de mayor importancia de la ciudad de Segovia. Y que albergaba la gran noche de la publicidad desde hace varias ediciones.

Esta desvinculación va unida al empleo de medios *online* y *offline* para la comunicación de todos los actos convocados por los departamentos. Hoy en día es imprescindible contar con presencia en las principales redes sociales como son *Instagram*, *Twitter* o *Facebook*, para hacer llegar tu mensaje al público objetivo. En este caso los alumnos de cursos inferiores del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Todos estos perfiles ya existían y han sido de vital importancia pero aun así en esta edición se propuso crear un canal de *Twitch* con el que poder interactuar un poco más con el target mencionado.

La opción de retransmitir la gala por *streaming* a través de la plataforma *Youtube* ha sido un acierto con el que hemos ofrecido la posibilidad de ampliar el número de asistentes, aunque sea de forma digital a nuestro espectáculo. Donde, además de entregar los premios y visualizar las piezas finalistas hemos contado con una actuación de magia y la interpretación de una canción en directo. Ambos artistas son alumnos de primer curso

de Publicidad y Relaciones Públicas. Todas estas y más acciones han implicado la realización de un seguimiento del festival por parte de los medios de comunicación gracias a los cuales se ha conseguido la repercusión necesaria para dar a conocer la labor que se hace desde el Campus María Zambrano por parte del alumnado del grado.

A pesar de las estrictas condiciones de aforo que hemos respetado rigurosamente, se vendieron todas las entradas. Lo que traducimos como un éxito para el Departamento de Gala por haber obtenido una alta participación en el evento. A la que debemos añadir una excelente puesta en escena de presentadores y escenografía. Escenografía conformada principalmente por dos enormes corazones colocados en el escenario y en el exterior del Salón de Actos, que fueron creadas por miembros del propio departamento (Anexo IV).

Si hay algo que he aprendido durante estos meses es la constante problemática que surge en el día a día y a la que hay que enfrentar con soluciones. También lo beneficioso que es tanto para los profesionales del mundo de la publicidad que apuestan por Publicatessen como para los alumnos.

Obviamente existen momentos de desesperación y frustración en los que ves como todo el trabajo planificado no sale como estaba establecido. Pero, cuando ves el fruto de todo ese trabajo comprendes lo gratificante que es haber sido parte de la organización interna.

7.1 Aportaciones personales

Como coordinadora del Departamento de Gala considero que el éxito de futuras ediciones debe residir en la renovación constante que conlleve la suficiente implicación de los miembros de la organización para convertir Publicatessen en algo más que un trabajo de la Universidad. Porque deja de ser un caso hipotético para ser una realidad tangible con una importante carga de trabajo y compromiso. Por tanto, creo necesario una concienciación mayor a comienzos de curso cuando se realizan las reuniones donde se busca la participación de la promoción saliente de Publicidad y Relaciones Públicas.

Porque tomar consciencia de la responsabilidad que tienen tanto coordinadores como la Junta directiva en la toma de decisiones como cara visibles de lo que ocurra en cada departamento es un elemento fundamental que en algunas ocasiones no se cumple y puede ser un aspecto a mejorar así como afrontar todas las adversidades desde un buen ambiente de trabajo gracias a una actitud positiva y la cooperación.

Cooperación que en algunos momentos se agradecería la participación de compañeros de la promoción que independientemente de que formen parte o no de la organización del festival, comenten o interactúen para fomentar e incitar a los alumnos de cursos inferiores a conocer Publicatessen.

Por último, una mejora a introducir planteada por el departamento es la del fallo del jurado. Plantearse una opción distinta, ¿por qué realmente son las herramientas de neuromarketing las más idóneas para esta tarea?, quizá una combinación de estas técnicas con la opinión de profesionales del sector que entienden sobre la calidad de las piezas sería una buena opción. Sea como sea el haber formado parte del Festival Publicatessen, según palabras de antiguos alumnos, con el paso del tiempo se convierte en la excusa idónea para volver a Segovia para reencontrarse con compañeros, profesores e incluso profesionales entre los que te puedes incluir.

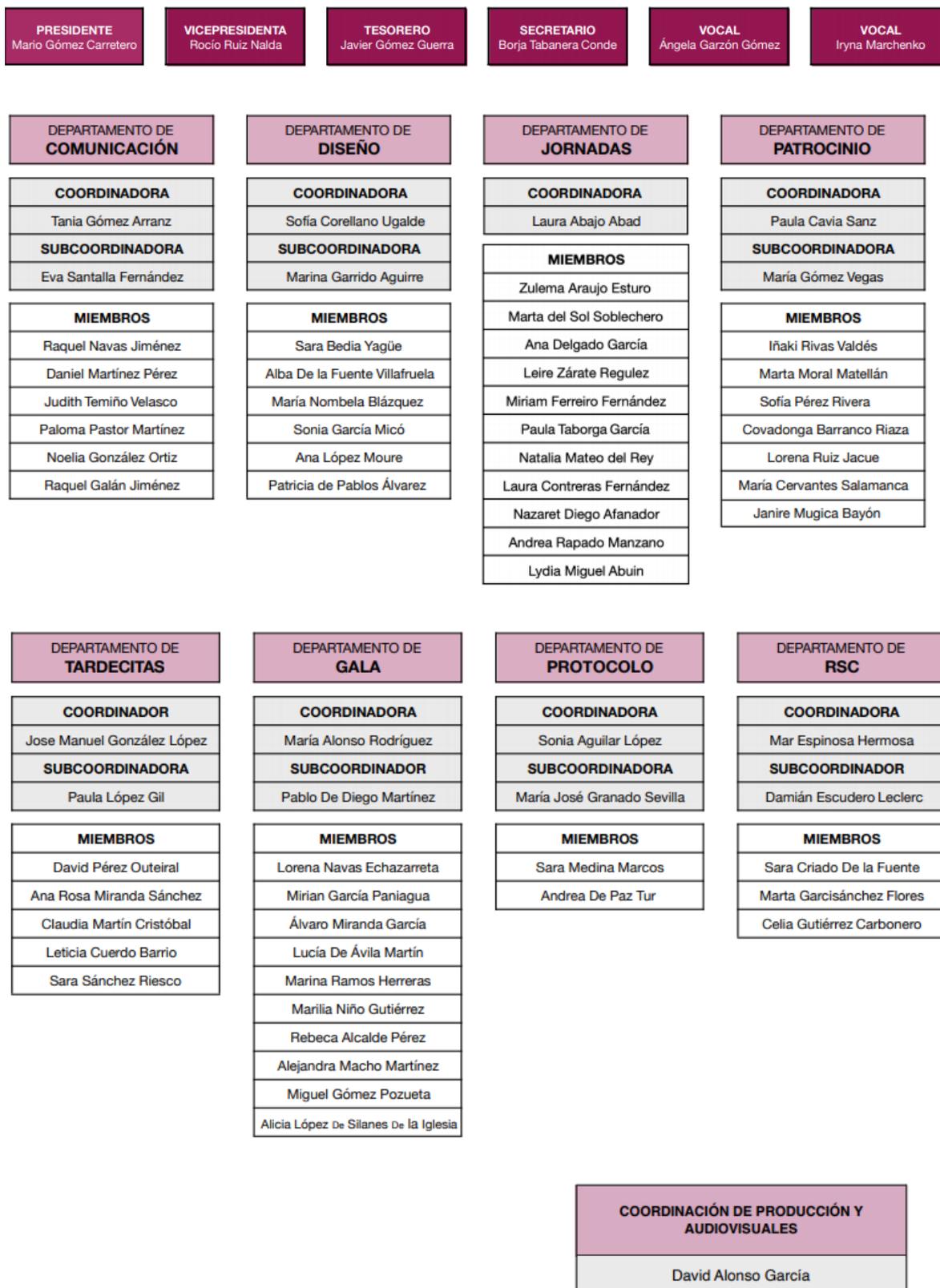
8. Bibliografía

- Antonio Tanarro. (11 de mayo de 2021). *Publicatessen comienza a andar*. El Norte de Castilla.com. Recuperado de: <https://www.elnortedecastilla.es/segovia/publicatessen-comienza-andar-20210511111515-nt.html>
- Chantal Núñez Tejero. (17 de mayo de 2021). *Cristian Cerezo conquista Publicatessen con "Ruralidad"*. El Adelantado.com. Recuperado de: <https://www.eladelantado.com/provincia-de-segovia/cristian-cerezo-sanz-conquista-publicatessen-con-ruralidad/>
- Comisión Europea, Bologna Process & European Higher Education Area. (2015). *Guía del uso del ECTS*. España.
- Festival Publicatessen. (2021). Festival Publicatessen, Segovia. Recuperado de Festival Publicatessen <http://festivalpublicatessen.com/>
- García. I y Míguez. A. (2020). *XII Edición festival publicatessen De la risa a la tragedia en el Departamento de Gala* (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Valladolid, Segovia. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/43043>
- Ministerio de Educación y Ciencia. (2007). *Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*. Recuperado de <https://www.boe.es/eli/es/rd/2007/10/29/1393/con>
- Neurologyca. (2019). Neurologyca. Obtenido de Neurologyca Neuromarketing Research Consulting. Recuperado de: <https://neurologyca.com/>
- Onda Cero Segovia. (10 de mayo de 2021). *Publicatessen regresa a su cita*. OndaCero.com. Recuperado de: https://www.ondacero.es/emisoras/castilla-y-leon/segovia/audios-podcast/mas-de-uno/publicatessen-regresa-cita_20210510609917579fdd320001362749.html
- Puri Bravo Álvarez. (19 de abril de 2021). *"Kopernica" ayudará a elegir los Acuetruchos de Publicatessen*. El Adelantado.com. Recuperado de: <https://www.eladelantado.com/segovia/kopernica-ayudara-a-elegir-los-acuetruchos-de-publicatessen/>

- Sociograph. (2014). Sociograph. Obtenido de Sociograph, Marketing Science Consulting. Recuperado de: <https://www.sociograph.es>
- Universidad de Valladolid. (2009, Diciembre). *Grado Adaptación Bolonia. Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas* (versión 2). Valladolid, España.

ANEXOS

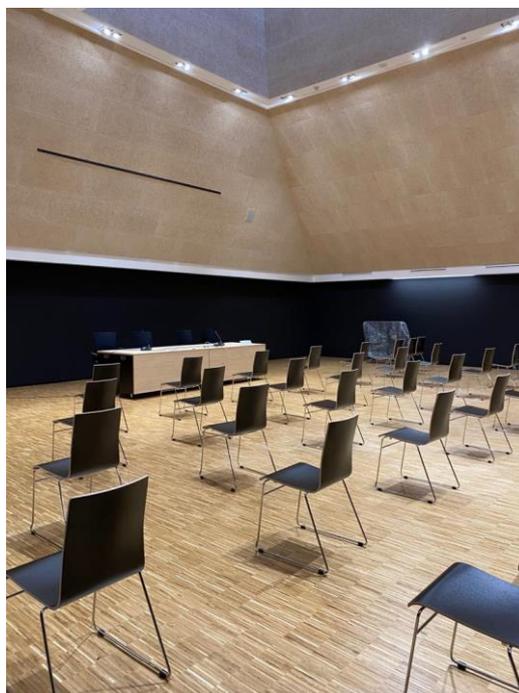
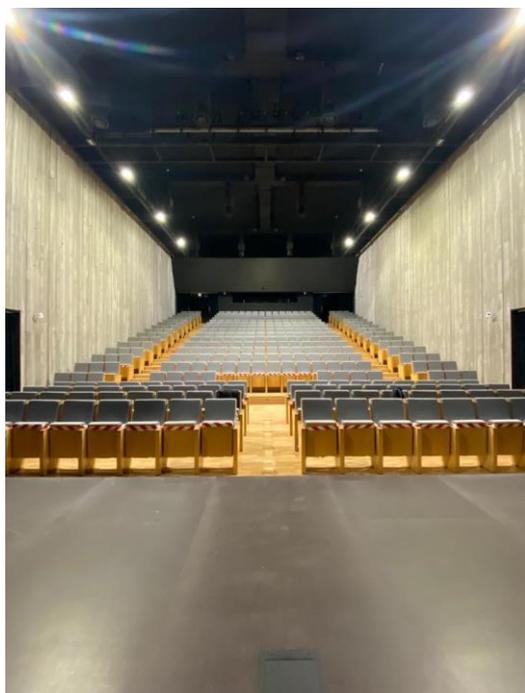
ANEXO I. Organigrama de la organización interna de la XIII Edición del Festival Publicatessen.



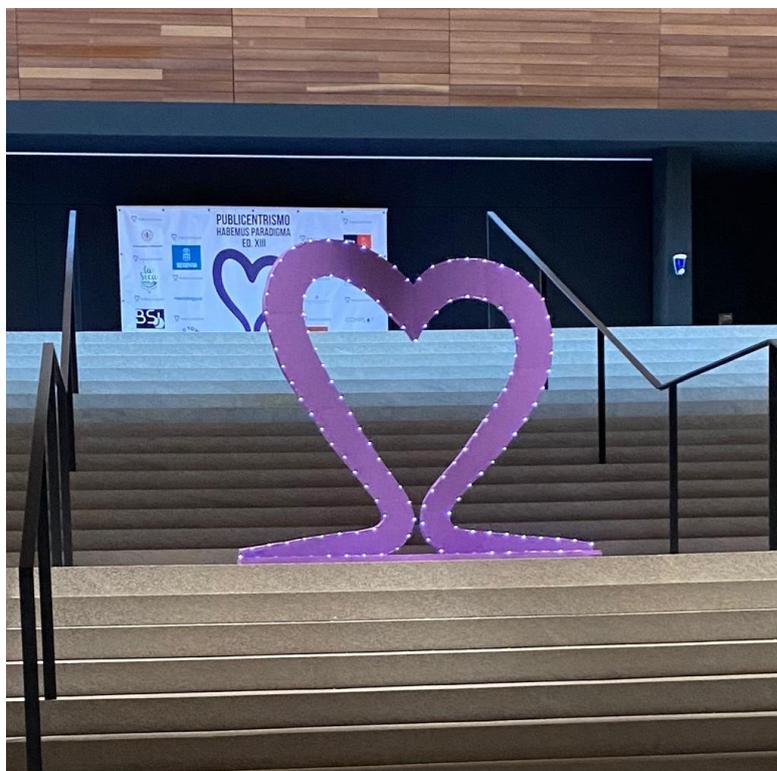
ANEXO II. Entradas físicas para la gala celebrada el 13 de mayo de 2021. El color hace distinción entre las butacas del Salón de actos (morada) y el Salón de grados (rosa).



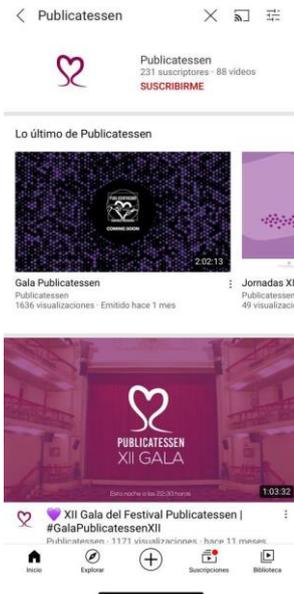
ANEXO III. Nuevas instalaciones donde tuvo lugar la XIII Gala del Festival Publicatessen. Las tres primeras fotos corresponden al Salón de actos y la última al Salón de grados. Aforo limitado a 82 y 48 butacas respectivamente por la COVID-19.



ANEXO IV. Esculturas del logo de Publicatessen a gran tamaño para ser utilizados como atrezzo para el escenario y las escaleras de recepción para la gala.



ANEXO V. El festival cuenta con varios canales de comunicación oficiales como su propia página web y perfiles en las redes sociales más importantes como son Instagram, Twitter, YouTube y Facebook. Herramientas con las que mantener informado a todos sus seguidores.



ANEXO VI. El festival ha gozado de repercusión en diversos medios de comunicación, locales y regionales como el Adelantado de Segovia o el Norte de Castilla entre otros, con la publicación de noticias sobre el mismo.



ANEXO VII. Informe recogida de piezas. En este documento se especifica todos los requisitos que se deben cumplir para ser admitidas las piezas presentadas por los participantes.



INFORME RECOGIDA DE PREMIOS NEUROLOGYCA

Comunicado del método de recogida de premios del Festival Publicatessen para la empresa de análisis Neurologyca

El festival de Publicidad Publicatessen comunica el método de análisis de las piezas del festival, el método de recogida de las piezas y el fallo del jurado.

La recogida de piezas se realizará los **días 12 y 19 de abril de 11:00 a 13:00 horas y, de 17:00 a 20:00** en el **A-219** con capacidad para 19 personas. Tal como está establecido se seguirán todos los protocolos COVID empleados en la Universidad de Valladolid y lo estipulado en las bases del concurso.

El método de recogida de las propuestas es el siguiente:

Los trabajos se deberán de presentar en un sobre, lo suficientemente grande para incluir un CD. Como remitente en el sobre deberá aparecer el nombre de la categoría la cual se presenta.

En el interior del sobre de participación será necesario incluir un documento impreso que conlleve:

- Categoría a la que se presenta
- Título o lema principal de la obra
- Nombre y apellidos del participante o los participantes
- DNI
- Número de teléfono móvil y e-mail

Además, deberá de incluirse un CD/DVD con los siguientes datos grabados:

- La pieza o documento que se presentará al concurso
- Un documento PDF con tus datos
- Una fotografía de la persona o personas que han realizado la pieza
- En el exterior del CD, deberá aparecer escrito el título de la pieza.

El fallo del jurado está compuesto por profesores y profesionales de la publicidad de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid que, junto al método de análisis Kopérnica establecerán el ganador y/o ganadores de las diferentes categorías.

