



**Universidad de Valladolid**



**CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

**CURSO 2020/2021**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE TARDECITAS**

**XIII Edición del Festival Publicatessen**

Autor:

José Manuel González López

Tutora:

Marian Núñez Casado

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, agradecer a mi pedazo equipo de Tardecitas, mis cinco niñas y mi chico. Sin vosotros nada de esto hubiese sido posible y por supuesto la XIII Edición de Publicatessen no hubiese tenido color. Gracias por luchar a mi lado pese a todos los problemas que esta pandemia nos ha puesto por delante, habéis demostrado ser todas y todos unos profesionales enormes, estoy seguro que allá donde vayáis serán muy afortunados de teneros. Seguid con esas ganas de hacer publicidad y de hacer equipo.

Os quiero.

Agradecer al Vicerrectorado y al Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación por todo el apoyo que este festival recibe cada año.

A Marian Núñez Casado y Alberto Martín García por luchar por Publicatessen y empezar de nuevo cada año con más ganas que el anterior. Gracias por estar junto a nosotros y transmitirnos esas ganas de ser enormes publicistas y por conseguir que año tras año Publicatessen brille un poquito más.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....</b>	<b>8</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
<b>5. OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO.....</b>	<b>22</b>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO.....</b>	<b>23</b>
<b>7. EVENTOS LEVADOS A CABO.....</b>	<b>24</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y APORTACIÓN DE MEJORA.....</b>	<b>41</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>44</b>
<b>1. CALENDARIO DE EJEMPLO</b>	
<b>2. EJEMPLO DE ACTAS</b>	

## 1. INTRODUCCIÓN

Nos encontramos ante un documento detallado sobre las memorias realizadas por el coordinador del departamento de tardecitas de la XIII Edición del Festival de Publicatessen transcurrido en el curso académico 2020/2021. Este festival mencionado anteriormente es una propuesta que ofrece El Campus María Zambrano de Segovia (Universidad de Valladolid) para los estudiantes de último curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Publicatessen es una organización sin ánimo de lucro, en sus inicios, tan solo era un evento que se celebraba durante el mes de mayo en el antiguo Colegio Universitario de Segovia, pero más adelante con la implantación de este nuevo grado por la Universidad de Valladolid, el congreso se mantuvo, pero esta vez cambiando el nombre a “Semana de la Publicidad”. Ya en 2009 se decidió dar un paso adelante y crear un festival universitario que acabaría llamándose como en la actualidad: “Festival Publicatessen”. Es entonces cuando nace por primera vez como tal, la I Edición del Festival Publicatessen. Poco a poco cada año se ha ido mejorando y perfeccionando el mismo, con un crecimiento gradual gracias a todos los alumnos de la promoción saliente. (Festival Publicatessen, 2015)

En los primeros meses de curso, se pone al corriente a todos los alumnos de cuarto curso dicha actividad, por lo que deben asistir a una reunión en la que se les explicará todo lo necesario para dar comienzo a la aventura. En primer lugar, todos los alumnos que quieran formar parte de la junta directiva deben dar sus nombres y presentarse para ser sometidos a votación. El resto de los alumnos debe votar para elegir al presidente/a de la edición. La persona con más votos será elegida presidente/a de ese año, la segunda persona más votada será el/la vicepresidente/a, la tercera persona más votada será el/la secretario/a y, por último, las dos personas siguientes serán los/las vocales. Por otro lado, también se vota al tesorero entre los alumnos/as que se hayan querido presentar a este cargo.

Una vez que la junta directiva está formada, se comienzan a elegir los departamentos que van a ir dando forma a este festival. En esta decimotercera edición hemos contado con nueve departamentos diferentes:

- Departamento de comunicación
- Departamento de diseño
- Departamento de jornadas

- Departamento de patrocinio
- Departamento de tardecitas
- Departamento de gala
- Departamento de protocolo
- Departamento de responsabilidad social corporativa
- Departamento de audiovisuales

Una vez expuestos todos los departamentos al corriente de los alumnos/as, estos tienen la libre opción de pertenecer a cualquiera de ellos. Dependiendo de las competencias o los diferentes conocimientos que quieran adquirir podrán pertenecer a uno u otro según sean sus propios intereses. Podrán reforzar aquellas aptitudes que se le den mejor o mejorar aquellas en las que presente menos destreza. Según el programa verifica (que explicaremos en el punto 4) dependiendo del puesto que el alumno/a escoja, adquirirá conocimientos diversos, como pueden ser aprendizaje en la gestión económica (Tesorero), lanzamiento de mensajes con una forma más creativa (Departamento de Comunicación), aprendizaje para establecer una interacción fluida entre anunciante y agencia (Departamento de Patrocinio), etc. (Universidad de Valladolid [UVa], 2009, p.6). Así con cada uno de los cargos o puestos que Publicatessen ofrece a cada alumno/a en particular. Todo dependerá del interés de cada uno o del itinerario que quiera seguir en su futura vida como profesional.

Cuando todos los departamentos están estructurados, dentro de ellos se someten a una votación de nuevo, para elegir quien será el/la coordinador/a y subcoordinador/a que dirigirá durante el festival a cada uno de los departamentos.

Una vez estructurado todo el organigrama de la edición, comienza el trabajo. El festival consta de varias partes, por un lado, tenemos los eventos, que pueden ser de tipo social y/o cultural, todos ellos promovidos la gran mayoría de veces por el departamento de tardecitas. También contamos con minijornadas y jornadas, que se llevan a cabo durante todo el festival. Las minijornadas suelen estar repartidas durante los meses previos a la última semana del festival, que es donde se llevan a cabo las conocidas jornadas de Publicatessen. Estas tienen lugar la última semana del festival, son llevadas a cabo por el departamento de jornadas quienes se encargan de su organización y ejecución. Están divididas en cuatro días diferentes, en los cuales, profesionales del mundo de la publicidad vienen a nuestra ciudad (Segovia) para realizar ponencias a todos aquellos estudiantes que hayan querido participar en las mismas. Durante las mañanas de estos cuatro días que

duran las jornadas, los estudiantes asisten a las diferentes charlas que servirán para enriquecer sus conocimientos y obtener contactos. Ya por la tarde, estos mismos alumnos/as asisten a talleres impartidos por estos ponentes, donde podrán poner en práctica todo lo aprendido. Por último, después de la semana intensa de jornadas, se pone el broche final al festival con la gala. Esta se lleva a cabo la tarde del último día, donde se otorgan premios a los estudiantes que se presenten a las diferentes categorías. Estos premios son los famosos “Acuetruchos” concedidos a aquellos alumnos/as que demuestran mediante las piezas inéditas presentadas, que así lo merecen. Es una noche de celebración donde instituciones públicas, autoridades, profesores y alumnos ponen a la vista todo el trabajo y esfuerzo realizado durante los meses previos.

También, Publicatessen cuenta cada año con dos profesores voluntarios que ofrecen su experiencia y su trabajo para guiarnos de una manera neutral y alejada. Su recompensa es ver como cada año todos los alumnos les agradecen haber ayudado y colaborado porque gracias a ello entendemos el mundo laboral y nos ayuda a formarnos en mayor medida. Esta actividad forja a los/las alumnos/as para la tarea profesional futura.

Cada año, el festival gira en torno a un tema que los estudiantes proponen. Este año el tema elegido ha sido “Publicentrismo. Habemus Paradigma”. Como sabemos, el término filosófico antropocentrismo coloca al ser humano como el centro de todas las cosas, este vocabulario introducido en el mundo de la publicidad sería brevemente como la publicidad en el centro de todo.

En el siguiente documento se detalla las diferentes actividades llevadas a cabo por el departamento de tardecitas en la XIII edición durante los siete meses en los que se gesta el Festival Publicatessen.

## **2. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

En la actualidad contamos con 27 archivos referidos a trabajos de fin de grado sobre el Festival Publicatessen. En concreto, sobre lo que data este mismo trabajo, solo encontramos uno, es decir, solo existe otra edición sobre la coordinación del departamento de tardecitas. A continuación, se detalla brevemente cuantos archivos hay en la actualidad de cada uno de los departamentos.

El departamento de jornadas encabeza la lista de TFGS con 5 diferentes, cada uno de una edición. Le siguen de cerca los departamentos de gala y patrocinio con 4 cada uno de ellos. Los departamentos de diseño y protocolo y aquí sumamos a la junta directiva que tienen 3 TFGS cada uno de ellos por separado. El departamento de comunicación es el único que tiene 2 proyectos realizados. Por último, cerramos con los departamentos de audiovisuales y tardecitas que solamente tienen 1 archivo de cada uno, junto con la tesorería que también cuenta con 1 solo. En conjunto, suman 27 proyectos que han sido desarrollados sobre la organización y gestión de las diversas áreas que tiene Publicatessen como organización. Estos alumnos decidieron quedar por escrito todas sus vivencias y aprendizajes para facilitar a los alumnos/as posteriores las tareas en cuestión.

Este trabajo de investigación se ha realizado en plena pandemia de la COVID-19 por lo que toda la gestión ha tenido que ser adaptada a las circunstancias del momento. Es un punto importante porque ningún archivo hasta ahora publicado ha contado con la organización de un departamento en plena pandemia.

El trabajo de fin de grado sobre el departamento de tardecitas que nos encontramos es de la edición anterior, en concreto la XII edición del Festival Publicatessen. Fue utilizado para comprender y entender el funcionamiento del departamento, pero poco pudimos utilizar de sus eventos puesto que con las restricciones del momento fue imposible hacer lo que mis compañeros hicieron en la edición anterior. Aun así, he podido escoger todo aquello que seguía siendo válido, como la organización de los eventos internamente con los demás departamentos, briefings, timings, etc. También he podido entender mejor el funcionamiento del departamento en cuanto a organización, forma de repartir las tareas, como delegar en los demás compañeros, etc. En sí, también me ha ayudado a aprender cómo funciona toda la estructura de esta organización y saber cuál es el papel fundamental que juega cada departamento y en concreto el papel que tengo yo como coordinador de tardecitas dentro de Publicatessen.

El archivo que encontramos, sí que habla sobre la crisis sanitaria de la COVID-19 pues en los finales de esta edición tuvieron que cancelar bastantes eventos que iban a poner el broche final a un departamento bien organizado y con bastantes actividades y eventos realizados.

No obstante, mi departamento no ha podido escoger ni modificar ninguna de las actividades realizadas por ellos, puesto que ninguna cumplía con las medidas sanitarias

pertinentes. Hemos tenido que reinventarnos y realizar actividades completamente diferentes para poder seguir cumpliendo con nuestros objetivos como departamento.

Aun así, ha servido bastante tener este archivo como guía puesto que si no hubiésemos tenido el problema de la pandemia podríamos haber hecho las actividades que a ellos les fueron bien y mejorarlas.

### **3. JUTIFICACIÓN DEL TEMA**

Desde que se comienza el primer curso de Publicidad Y RRPP en Segovia, ya se escucha la palabra Publicatessen. Los alumnos/as que forman cada año este festival luchan para que llegue a oídos de todos los alumnos del grado. Estos se preparan año a año asistiendo a este gran festival. Observan y aprenden hasta que llega el momento de mostrar al mundo todo lo que saben tras cuatro años.

Una vez cursado estos cuatro años, cada estudiante debe tener una formación básica adquirida, o, dicho de otra forma, unas exigencias de formación y unos objetivos fundamentales necesarios. Encontramos siete diferentes exigencias de formación como puede ser: “Capacidad analítico-crítica e interpretativa o la capacidad de desarrollo de nuevos enfoques creativos en las tareas asignadas” (UVa, 2009, p.27) entre ellas. Por otro lado, tenemos los objetivos fundamentales que son seis y son los que se pretenden conseguir una vez el estudiante haya cursado el grado completo. Algunos ejemplos de estos objetivos fundamentales son los siguientes: “Estos graduados serán capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías” (UVa, 2009, p.27).

Una vez entendidas las exigencias de formación y los objetivos fundamentales que los graduados adquieren al terminar, encontramos las competencias ya sean generales o específicas. Pondré algún ejemplo de los dos tipos de competencias que existen. Es necesario exigirles a los estudiantes algunas competencias necesarias de tipo general como pueden ser: “que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional” (Universidad de Valladolid, 2009). Esta es una de las competencias generales que encontramos dentro de la Adaptación Bolonia realizada por la Universidad de Valladolid, siguiendo el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por

el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias. Consiste en descubrir y saber cómo aplicar todos los conocimientos adquiridos en el grado y aplicarlos a su trabajo futuro. De este modo, todo lo aprendido durante los cuatro años puede llevarse a cabo durante el festival.

A parte de las competencias generales, también contamos con las competencias específicas, que a su vez se dividen en tres: competencias académicas-disciplinares, competencias profesionales y competencias transversales. En total, este programa cuenta con veintisiete competencias específicas diferentes como puede ser: saber gestionar el tiempo o capacidad para la gestión económica y presupuestaria. Ambas se llevan a cabo en Publicatessen, algo muy importante entre departamentos es el timing, se necesita cumplir con los tiempos marcados para que los demás puedan trabajar y sacar su tarea en las fechas que se pide, para ello se necesita organización y comunicación con el tiempo previo necesario para poder cumplir con nuestro timing. De la capacidad de gestión económica se encarga el/la tesorero/a que en cada edición es responsable de todas las cuentas y finanzas de la organización. Del mismo modo, cuando algún departamento requiere liquidez para efectuar cualquier actividad, es necesario ponerse en contacto con esta persona y justificar de una manera clara el gasto que se va a realizar. Es decir, cada estudiante parte de la organización, debe poner en práctica todas estas competencias tanto generales como específicas que anteriormente ha adquirido durante los cuatro años de formación. Sería inviable realizar un festival de esta dimensión sin tener conocimientos previos y sin conocer cómo ponerlos en práctica.

El Grado de Publicidad y RRPP cuenta con seis itinerarios diferentes que cada estudiante puede seguir o incluso puede realizar el suyo propio dependiendo de las asignaturas escogidas y cursadas. Existen diferentes optativas cursadas en los dos últimos años de diferentes ámbitos para poder ofrecer a los estudiantes especializarse en aquello que prefieran. Estos itinerarios pueden ser: Creatividad, Gestión de las RRPPS, Planificación Estratégica de la Comunicación Publicitaria, etc. Del mismo modo que la Universidad de Valladolid ofrece diferentes enfoques profesionales al terminar el grado, Publicatessen se ajusta a cada uno de ellos con los diferentes puestos que cada uno opta por desempeñar. Dependiendo de cuáles sean sus preferencias, puede elegir de que parte de la organización quiere ser miembro, teniendo nueve departamentos con itinerarios diferentes para elegir, o formar parte de la junta directiva donde se desarrollaran itinerarios diferentes que en los departamentos. Por ejemplo, si un alumno/a está interesado/a en el itinerario seis:

Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y relaciones pública, deberá inscribirse en el departamento de audiovisuales o en menor medida en el departamento de diseño, ya que son los encargados de cumplir con los objetivos que este itinerario plantea. En el departamento de audiovisuales, se encargan de realizar todo el montaje necesario de piezas audiovisuales que sean necesarias para redes sociales, para la noche de la gala, etc. Así del mismo modo, el departamento de diseño se encarga de realizar las gráficas necesarias para redes sociales y exteriores, que cada departamento previamente les haya pedido crear a partir de un briefing.

Este festival, es una toma de contacto directo con la realidad. Estás dentro de una organización donde tienes que cumplir unos plazos, hacerte cargo de las relaciones con profesionales en el sector, conseguir dinero de patrocinadores, dar servicios a personas reales y organizar eventos.

El Festival Publicatessen sin embargo tiene un gran *hándicap*. Es una organización sin ánimo de lucro que cada año se pone en marcha, pero lo hace con diferentes miembros. Uno de los retos más grandes que puede tener un coordinador de cualquier departamento, o cualquier miembro de la junta directiva es no saber por dónde empezar.

Todos conocemos Publicatessen en los años previos, pero realmente nadie sabe cómo empezar a organizar un festival ni cómo salir de algunas dificultades. Por esto mismo, es de vital importancia que se realicen memorias cada año sobre el trabajo que se realiza en este festival. Sería bastante complicado intentar mejorar un festival si no se sabe que se ha hecho años anteriores y cuales han sido los fallos y aciertos. Es de vital importancia, que antes de comenzar a organizar este festival, cada responsable se empape sobre las actividades llevadas a cabo en años anteriores para poder comprender qué es Publicatessen exactamente.

Antes de empezar cualquier proyecto del tipo que sea, lo más certero es documentarse sobre el mismo. Hay que entender su desarrollo, su forma y su transcurso. En este proyecto concretamente tenemos la suerte de que ha habido personas que anteriormente ya lo han realizado y pueden dejar también esos documentos por escrito. Esto facilitará el arranque en las próximas ediciones. Es decir, creo que es importante documentarse y dejar documentos. Cada año todos los alumnos adquieren nuevos conocimientos, los problemas a los que se enfrentan nunca son los mismos, cada edición cuenta con problemas y soluciones diferentes. Es importante saber y entender que todo el

conocimiento adquirido por el alumnado no debe caer en el olvido. Estas memorias no son solo una guía para futuros coordinadores, sino que también son una fuente de conocimientos donde los alumnos futuros podrán ver como la creatividad de cada promoción vuela de manera dispar pero siempre en una misma dirección, hacer de Publicatessen el mejor festival de publicidad.

En concreto, sobre el departamento de tardecitas, solo existía una sola memoria anterior a esta, por lo que ha sido imposible comparar entre varias para ver cuáles son las mejores opciones y ver que alternativas tenía como coordinador para empezar a funcionar.

Aun así, esta edición se ha llevado a cabo en plena pandemia, es algo que anteriormente no había sucedido, no habíamos tenido unas jornadas y una gala y como no, eventos de tardecitas sometidos a unas restricciones sanitarias.

En el presente documento, debe quedar escrito todo el conocimiento adquirido durante el festival. A parte de tener el *hándicap* de empezar de nuevo, en esta edición en concreto el departamento de tardecitas ha tenido que hacer lo que suele hacer la buena publicidad, reinventarse o morir. En este caso, se trata de un departamento destinado a eventos culturales y de ocio y recaudación de fondos. Este año (2020/2021) el departamento de tardecitas ha tenido que enfrentarse a la prohibición del ocio por orden de las autoridades sanitarias y buscar nuevas alternativas.

Es Publicatessen, 9 departamentos casi completamente diferentes, formados por alumnos muy diferentes también entre ellos, son capaces de funcionar como pequeños engranajes de un reloj que giran hacia un mismo sentido, y pese a los problemas que se van encontrando, se aprende y se corrigen para que finalmente se pueda aprender de todo ello y seguir evolucionando como profesionales.

En definitiva, es muy importante que tengamos información de los diferentes departamentos que han formado cada año este festival. De nada serviría todo nuestro trabajo y empeño si en futuras ediciones no podrían aprender y valorar todo lo que ya hemos vivido anteriormente otros compañeros. Es importante para que el aprendizaje sea más puro e intenso cada año, que no se cometan siempre los mismos errores y se pueda avanzar encontrando diferentes problemas y diferentes soluciones, aunque estas cada vez sean más exigentes.

#### **4. MARCO TEÓRICO**

Publicatessen es una organización sin ánimo de lucro que consiste en la planificación y ejecución de un festival de publicidad. Dicho festival es llevado a cabo por los alumnos de 4º curso del grado de Publicidad y RRPP del campus María Zambrano (Segovia), perteneciente a la Universidad de Valladolid.

Este festival, no podría llevarse a cabo sin la ayuda del Vicerrectorado y el Decanato de dicha facultad, que año tras años prestan su apoyo para que pueda salir adelante. Además, los alumnos están respaldados por dos profesores de dicha facultad, que son los que orientan y guían este festival. Alberto Martín García y Marian Núñez Cansado son los coordinadores del festival. En “la sombra” ayudan a los alumnos a no desviarse del tema y centrarse en lo principal, así también ayudan a los alumnos en cuestiones que se escapan de sus conocimientos, cosa obvia cuando se trata en muchas ocasiones (en los alumnos) de su primera toma de contacto con el mundo laboral.

El festival nace como una propuesta innovadora de enseñanza para los alumnos/as. Consiste en preparar a los estudiantes de una manera diferente para que puedan tener una mejor profesionalización en sus futuros puestos de trabajos en agencias, anunciantes, etc. En muchos casos, los/as alumnos/as terminan la carrera sin haber realizado prácticas externas, por lo que no conocen en absoluto nada del mundo profesional, pero por suerte, existe Publicatessen, el lugar donde puedes aprender y descubrirte a ti mismo para en un futuro escoger el camino más acertado según sean tus actitudes y aptitudes.

En la actualidad, todos los estudiantes estamos inmersos en el Plan Bolonia de Educación, este supone una guía que deberán seguir todos los sistemas educativos con el único objetivo de facilitar los futuros intercambios entre países una vez los estudiantes estén titulados. También tiene como objetivo adaptar todo su contenido a las demandas sociales y profesionales adecuadas. Se hizo efectivo para mejorar la competitividad en el continente. Según este plan de estudios, la Universidad de Valladolid plantea un programa donde adapta este Plan Bolonia a el Grado de Publicidad y RRPP. (UVa, 2009)

De inmediato, trataré de relacionar los diferentes itinerarios y posteriormente las competencias del grado con los diferentes puestos encontrados en el festival de Publicatessen, ya sean de la junta directiva o del resto de departamentos: patrocinio, diseño, protocolo, jornadas, gala, comunicación, responsabilidad social corporativa o tardecitas. (UVa, 2009)

- Itinerario 1: Creatividad y gestión de la creatividad de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. Dentro de este itinerario, encontramos varias salidas profesionales como el director Creativo, director de Arte y Diseñador Gráfico, todos ellos los podemos desarrollar y aprenderlos en el departamento de diseño. Cada miembro de este departamento deberá ser capaz de crear piezas y diferentes contenidos según la preferencia de otros departamentos. Es decir, deben de adaptar su creatividad al entorno de las redes y cumpliendo con el briefing de los demás compañeros.

Por otro lado, también tenemos el Redactor o Copy, este puesto puede desarrollarse dentro del departamentos de comunicación y en el subdepartamento de guion (departamento de gala). En el departamento de comunicación, el copy debe ser el encargado de realizar todos los textos necesarios para las publicaciones en las diferentes redes sociales de la organización. Por otro lado, el subdepartamento de guion es el encargado de realizar el guion de la gala. Deben ser creativos y originales pues de ellos/as depende el broche final del festival.

- Itinerario 2: Gestión de las relaciones públicas en empresas e instituciones. Dentro de este, encontramos salidas como director de Relaciones Públicas y Organización de Eventos, esto se puede desarrollar en el departamento de jornadas y en el departamento de tardecitas. En este caso, ambos departamentos están encargados de crear eventos dentro del festival, por un lado, el departamento de jornadas prepara la última semana todas las ponencias y talleres por parte de profesionales en la materia y, por otro lado, el departamento de tardecitas es el encargado de realizar eventos con un tipo más de ocio y no tan cultural como en jornadas. Estos eventos igualmente requieren una organización y cumplir con unos objetivos como pueden ser: dar a conocer la marca y recaudar fondos para la organización. También encontramos otras salidas laborales dentro del mismo, como pueden ser Comercial y Relaciones Públicas que se desarrollará en el departamento de patrocinio y protocolo. El departamento de patrocinio es el encargado de conseguir marcas que financien el festival, dependiendo de cuantas consigan el festival podrá tener una mayor o menor financiación. Por otro lado, la parte de protocolo que ha estado muy presente en esta XIII edición debido al problema sanitario de la COVID-19, han tenido que organizar todo el aforo tanto de jornadas como de gala, dar permisos en algunas actividades que tuviesen riesgo, etc. Su trabajo ha sido escrupulosamente cuidado y respetados por todos/as.

Por último, en este itinerario, también tenemos la salida laboral del responsable de la Comunicación Interna que se desarrolla dentro de la junta directiva. Son los encargados de realizar reuniones con cada uno de los departamentos y con todos en general para que la comunicación pudiese fluir entre todos ellos. También han impuesto este año la realización de actas de cada reunión que hubiese dentro de la organización para que todos/as estuviesen al corriente de lo que se estaba haciendo en cada departamento.

- Itinerario 3: Planificación estratégica de la comunicación publicitaria. En este itinerario tenemos dos salidas laborales, la primera es director General Estratégico, que se desarrollará en el departamento de comunicación y el Customer Relationship Management (gestión de relaciones con el cliente) en la junta directiva. El departamento de comunicación es el encargado de toda la comunicación publicitaria llevada a cabo en redes sociales, en la web y en exteriores. La junta directiva tiene a su vez la gestión de relaciones con el cliente en el caso de que este pudiera tener alguna duda al respecto.
- Itinerario 4: Investigación de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. La salida laboral que ofrece este itinerario es la de director de Medios que se desarrolla en el departamento de comunicación. Un planificador de medios debe de ser capaz de adaptar cada campaña a los diferentes medios que se le pidan, en este caso, los/as integrantes del departamento de comunicación deben ajustar cada publicación y cada anuncio dentro de los diferentes formatos que cada medio exige en cada caso.
- Itinerario 5: Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e institucional. Por un lado, tenemos al director de Gabinete de Protocolo que como su nombre indica, pertenece al departamento de protocolo encargados del protocolo existente en cada evento realizado durante el festival y el director de Relaciones Institucionales que se lleva a cabo en el departamento de responsabilidad social corporativa. También tenemos a la junta directiva como promotores de la marca Publicatessen.
- Itinerario 6: Producción de contenidos en comunicación audiovisual y publicidad. Las dos salidas laborales que encontramos en este último itinerario son director de Producción y director de Contenidos Audiovisuales, ambos pertenecen al departamento de audiovisuales. Este año este departamento fue creado a última hora, por ello, todo lo que tardecitas ha necesitado de audiovisuales (video

montajes de “El Mensaje de Cupido” o “Amor En Tiempos De La COVID-19”) ha sido realizado por nosotros mismos, hemos tenido que apoyar en este caso al Departamento de Audiovisuales que en este caso estaba un poco difuso.

Este festival, lleva a cabo una metodología que consiste en enseñanza-aprendizaje para poder favorecer la profesionalización de las actividades universitarias que el mismo alumno desarrolla. Para que esto que se cumpla, el festival sigue la línea de actuación promovida en la Declaración de Bolonia que consiste en la adopción de un sistema universitario en el que se debe ofrecer planes de estudio, programas de formación innovadoras y métodos docentes que sumen otras de carácter más amplio relacionadas con el empleo.

Seguidamente se detallará el refuerzo que supone dicho festival para las competencias y capacidades que se exponen en el mencionado documento, siguiendo la Adaptación de Bolonia al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid. (UVa, 2009).

A continuación, se explican las competencias de la Adaptación de Bolonia al Grado de Publicidad y RRPP y lo que supone como apoyo el festival Publicatessen y más concretamente el departamento de tardecitas.

## **COMPETENCIAS GENERALES**

### **1. COMPETENCIAS INSTRUMENTALES.**

- a. (CG-1) Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el Grado. En el festival los alumnos deben poner en práctica todo lo aprendido años anteriores, en concreto, el departamento de tardecitas debe poner en práctica las asignaturas obligatorias siguientes: Fundamentos de las RRPP, Dirección estratégica de las RRPP, Protocolo y Organización de Eventos, etc. Durante la realización de los cuatro eventos llevados a cabo, ha sido necesario utilizar todos esos conocimientos adquiridos.
- b. (CG-2) Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse. Todos los integrantes del departamento de tardecitas han empleado en muchas ocasiones los conocimientos aprendidos en dicho grado para poder resolver problemas y enfrentarse a la organización de los diferentes

eventos. Mediante la creación de briefings necesarios para algunos departamentos como pueden ser los de diseño y comunicación, ser capaces de gestionar los timing marcados por la organización, trabajar en equipo, organizar eventos con lo que todo ello conlleva, etc.

- c. (CG-3) Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. En este caso, solo existían unas memorias previas a la XIII edición de Publicatessen. De manera que se han leído, comprendido y estudiado. En este caso, poco se ha podido utilizar de ediciones anteriores debido a la presencia de la COVID-19 y la pandemia mundial. Aun así, teníamos información previa dada por profesores y aprendida en años anteriores sobre la organización. No obstante, hemos recibido cantidad de información sobre el protocolo COVID, el cual ha servido para guiarnos durante la realización de los eventos.
- d. (CG-4) Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones. Para ello, en esta edición, cada departamento estaba obligado a crear actas de cada reunión o cada información nueva que se plantease y distribuirlas por toda la organización para que todos pudiésemos estar al corriente de ello y con la realización de briefings por cada uno de los departamentos en el momento de necesitar algo en concreto.
- e. (CG-5) Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. Gracias a esta oportunidad, los alumnos pueden perfilar sus preferencias profesionales y buscar su vocación necesaria para orientarse a la hora de emprender futuros estudios. Participando en el mismo, los estudiantes logran ver de una manera más clara el futuro laboran que han escogido, dando paso a reafirmarse en su elección o continuar por otro camino, sea como fuere.
- f. (CG-6) Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional. Desde el departamento de tardecitas se han realizado eventos que han respetado en todo momento las medidas sanitarias, así como la sostenibilidad y la responsabilidad social que ello conlleva, evitando en todo momento el contacto directo entre participantes de los eventos, realizando eventos al aire libre, prohibiendo el intercambio de objetos

entre participantes, etc. Del mismo modo, el festival crea valores de compañerismo y empatía, así como el fomento del trabajo en equipo.

## **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

### **1. COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES**

- a. (CE-1) Conocimientos fundamentales de comunicación. En todos los departamentos es fundamental la comunicación. En esta edición se propuso la realización de actas de cada reunión que se llevase a cabo para que todos estuviésemos al corriente de lo que estaba haciendo cada departamento (incluida junta directiva) en cada momento. A parte de esta nueva iniciativa, también existen briefings entre departamentos para poder trabajar entre ellos. Debido a la pandemia, los canales predominantes para la comunicación han sido vía online, aunque también se hayan dado en menor medida reuniones presenciales.
- b. (CE-2) Capacidad para asumir el liderazgo. Como coordinador del departamento de tardecitas, he tenido que organizar, dirigir y motivar a siete personas que formaban este departamento, para poder lograr todos los objetivos que teníamos. Un buen líder no solo tiene que gestionar un departamento, sino que también debe motivarlo y hacer que trabaje de manera unánime.
- c. (CE-3) Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. Este punto ha sido importante, puesto que el departamento de tardecitas consiste en la organización de eventos culturales y de ocio, este año hemos tenido que adaptar todas nuestras actividades para poder llevarlas a cabo dentro de la pandemia mundial producida por la COVID-19. Los eventos realizados por tardecitas se llevan a cabo durante los ocho meses anteriores a la “Semana de la Publicidad” es por ello, que las medidas sanitarias han ido variando, dependiendo del estado de la Comunidad de Castilla y León. En cada momento hemos sabido adaptar nuestros eventos a las circunstancias oportunas que las autoridades sanitarias nos imponían. Un claro ejemplo, es “Amor En Tiempos De La COVID-19”, este evento se iba a realizar en el interior de un establecimiento (bar/restaurante) pudiendo así utilizar cromas y consiguiendo facilidades para la grabación, pero finalmente se tuvo que

realizar en el exterior y con todos los participantes portando la obligatoria mascarilla.

- d. (CE-4) Conocimiento del entorno. El festival se lleva a cabo en la ciudad de Segovia (Castilla y León). Los alumnos llevan cuatro años en su mayoría estudiando aquí por lo que conocen y se adaptan perfectamente a las necesidades del lugar. Es necesario conocer bien el entorno donde el festival va a tener lugar. Partimos con la ventaja de haber sido ya estudiantes durante cuatro años en el mismo campus, esto quiere decir que conocemos bien las necesidades y gustos de los estudiantes en cursos inferiores. Esto nos facilita conocer a nuestro público y nuestro entorno.
- e. (CE-5) Capacidad para la creatividad y la innovación. Este año en concreto, ha primado la creatividad y la innovación dentro del departamento de tardecitas. Nada de lo antes realizado valía este año, debido a las restricciones sanitarias oportunas, por lo que hemos tenido que reinventar el departamento para poder cumplir los objetivos que se pedían. Adaptarse mediante la innovación y la creatividad de los siete integrantes del departamento ha sido obligatorio. Cada evento creado ha sido lo suficiente creativo para conseguir llegar a nuestro público y lo suficiente innovador como para adaptarse a las medidas sanitarias que nunca anteriormente habían sido impuestas.

## 2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

- a. (CE-7) Capacidad y habilidad de atención al cliente. El departamento de tardecitas es uno de los que más contacto tiene con los clientes directamente, en cada evento realizado nos hemos encargado de ofrecer la mejor experiencia posible a todos los asistentes. Uno de nuestros objetivos principales es dar a conocer la marca, mediante estos eventos hemos conseguido que todos los presentes estuvieran cómodos, así como aprender a relacionarnos con ellos para entender bien sus necesidades para futuros eventos.
- b. (CE-9) Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación. Todos los eventos realizados o pendientes de realizar deben estar perfectamente explicados y redactados para que el departamento de comunicación pueda hacerlo visible e intentar conectar con nuestro

público de manera anticipada. En este punto, es de vital importancia el timing. Para que nuestros eventos tengan fecha y hora y esta pueda cumplirse, es necesario por nuestra parte, haber enviado un briefing a comunicación con el suficiente tiempo para que el departamento pueda trabajarlo y lanzarlo a las redes en el momento preciso.

- c. (CE-11) Capacidad relacional e indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia. En repetidas ocasiones, el propio anunciante es el departamento de tardecitas, el coordinador es el encargado de comunicarse con los departamentos de diseño y comunicación para que los eventos puedan llevarse a cabo y ser publicados correctamente. Aun así, es el departamento de patrocinio quienes se encargan del trato directo entre patrocinador y marca. Su trabajo es conseguir el máximo de patrocinadores que financien nuestro festival y a cambio darles una mayor visibilidad y promoción.
- d. (CE-14) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. En el departamento de tardecitas utilizamos los eventos, ya sean de ocio o culturales como herramienta creativa para la comunicación. En esta edición uno de nuestros objetivos era dar a conocer la marca, nuestra forma más creativa de hacer llegar ese mensaje fue con “El Mensaje De Cupido”, donde un miembro de nuestro departamento mandó mensajes de amor por toda la universidad.
- e. (CE-16) Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. Todas las acciones que realiza el departamento de tardecitas tienen como objetivo mejorar la imagen corporativa. Además, este año, con los eventos realizados se ha tratado de que el festival sea conocido por todos los alumnos de años anteriores, que serán los que posteriormente vayan a realizarlo. Todo evento que podía perjudicar la imagen de la marca fue cancelado de inmediato.
- f. (CE-18) Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas. Las tecnologías y las redes sociales son muy importantes para llegar a nuestro público objetivo, por ello hemos realizado el máximo uso posible de todas ellas. Desde el departamento de tardecitas, hemos realizado el montaje de videos (debido a la saturación que tenía el

departamento de audiovisuales) y subido a las plataformas pertinentes para mostrar nuestros eventos, aprendiendo así a utilizar herramientas nuevas para nosotros.

### 3. COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- a. (CE-19) Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno. La gestión de eventos es uno de los principales motores del departamento de tardecitas, esto hace que se desarrolle la rama de relaciones públicas en cada uno de los miembros, fomentando la capacidad de persuasión, comunicación oral, etc. Es necesario conseguir asistencia en cada uno de los eventos realizados, por lo que existe un trabajo de relación entre los miembros del departamento y los diferentes estudiantes de la universidad.
- b. (CE-20) Capacidad para trabajar en equipo. Además de trabajar como departamento todos unidos, Publicatessen somos todos los que forman la organización, por lo que es impensable no trabajar todos a la par y en equipo. Todos los departamentos trabajan con un mismo fin, Publicatessen. En particular, en tardecitas no ha habido división de trabajo, como coordinador decidí que, al ser un número pequeño de participantes en el departamento, era mejor trabajar todos de manera unánime y formando equipo. Esta decisión fue tomada porque como coordinador me gusta fomentar la unión del equipo y el apoyo entre compañeros de manera que si divida a los siete miembros del equipo no iba a poder obtener los resultados que personalmente quería.
- c. (CE-21) Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad. Este festival brinda la oportunidad de sacar lo mejor de cada uno de los alumnos. Este año ha sido de vital importancia tener ingenio y creatividad puesto que nos hemos tenido que reinventar. La situación no permitía el funcionamiento con normalidad del departamento y nos hemos tenido que adaptar a las circunstancias para poder cumplir nuestros objetivos. Ha sido de vital importancia el desarrollo del ingenio y de la creatividad dentro del equipo para finalmente poder realizar los eventos dentro de un marco como es la COVID-19.
- d. (CE-22) Preparación para asumir el riesgo. Todos los departamentos han tenido que tomar decisiones en algún momento del festival, asumiendo los

riesgos que estas decisiones conllevan, a veces han salido bien y otras ha habido que corregirlos, pero todo ello hace ganar experiencia y sabiduría en el terreno laboral. En muchas ocasiones, durante esta edición y hemos tenido que abandonar muchos procesos porque había demasiado riesgo de acuerdo con las autoridades sanitaria.

- e. (CE-23) Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Uno de los aspectos más importantes dentro del departamento de tardecitas, es el pensamiento crítico para poder evaluar y analizar la manera en la que se van a llevar a cabo los diferentes eventos. Cada uno de los cuatro eventos realizados, han tenido que ponerse a juicio para que cumpliesen escrupulosamente con las medidas sanitarias.
- f. (CE-24) Saber gestionar el tiempo. Es muy importante cumplir con los timing que se marcan dentro del festival. Dentro del departamento de tardecitas, había que conocer los timing necesarios que planteaban otros departamentos como los de diseño y comunicación para poder llegar a un acuerdo entre ellos. En el caso de diseño, era necesario enviar el briefing con una semana de antelación, esto suponía para nuestro departamento un trabajo constante y acelerado para poder llegar a tiempo en todos los eventos realizados.
- g. (CE-25) Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad. Una de las mejores cosas que tiene este festival, es la libertad de actuación que tienen los alumnos para hacer lo que quiera dentro de cada departamento siempre y cuando lo que se haga siga la línea marcada y no perjudique al mismo. En todo momento, desde el departamento, hemos actuado con total libertad a lo hora de crear todos los eventos, han sido en pocos casos cuando sabiendo la responsabilidad que teníamos se han tenido que cancelar debido a posibles futuros problemas.
- h. (CE-26) Capacidad para la gestión económica y presupuestaria. Muchos de los eventos realizados en el departamento de tardecitas, tienen como objetivo principal la recaudación de fondos para el festival. El coordinador debe de estar en constante comunicación con la tesorería del festival. Aun así, dentro de tardecitas, hemos tenido que recaudar dinero en varias ocasiones, ha sido necesaria una organización interna para llevar a cabo esta recogida de dinero para cuadrar cuentas y que todo estuviese en orden.

- i. (CE-27) Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. Dentro de los eventos, el éxito está fundamentalmente en la planificación de este y el análisis de los posteriores resultados. En su mayoría después de realizar cada evento, hemos recibido muy buena información sobre nuestros objetivos. Hemos conseguido llegar a estudiantes de cursos inferiores y estos ya conocen la marca gracias a los eventos realizados por tardecitas.

## **5. OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO**

En esta XIII edición, el departamento de tardecitas ha contado con dos grandes objetivos principales marcados por la organización.

- El primer objetivo, era dar a conocer Publicatessen a los alumnos de cursos anteriores. En una de las reuniones que tuvimos al principio, nos dimos cuenta por nuestra propia experiencia, que hasta que no estábamos en cursos altos, no sabíamos bien lo que era Publicatessen. Para no caer de nuevo en este error nuestra función era crear eventos en los que participasen todos los alumnos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de todos los cursos. Cumpliendo con ello, nuestros eventos han tratado de acercar el festival a todos los alumnos de cursos inferiores con el éxito y la participación de muchos de ellos. Haciéndoles partícipes del festival, para que lo sintieran como algo suyo y de este modo acercar Publicatessen a todos ellos. De este modo se consigue crear marca y orgullo de pertenencia en cada uno de los estudiantes. Debemos hacer sentir a los alumnos de cursos inferiores, que esta marca también será suya y es parte de nuestras vidas como estudiantes en el Campus María Zambrano de Segovia.
- El segundo objetivo era la recaudación de fondos para el festival. Cumpliendo el primer objetivo, también debíamos intentar obtener fondos para ayudar a la financiación del festival. De este modo, en muchos de los eventos que hemos realizado, se pedía una mínima aportación económica para participar, de este modo cumplíamos nuestro segundo objetivo propuesto.

## 6. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO

Realizo con anterioridad una breve introducción sobre la convivencia que ha tenido este departamento relacionándolo al mundo exterior. Este departamento durante la XIII edición, ha convivido dentro de una crisis sanitaria mundial, el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud reconoció la COVID-19 como pandemia. Desde ese preciso momento las cosas cambiaron para todos y como no iba a ser de otra manera, también cambió para el departamento de tardecitas. Durante los ocho meses de gesta del festival, las restricciones sanitarias han ido variando día a día. Unas veces a nuestro favor (poder realizar pequeños eventos controlados) y otras veces, en nuestra contra (no poder juntar a más de seis personas a la vez). A medida que pasaron los días, se pudieron realizar algunos eventos, pero siempre con las prevenciones y medidas sanitarias oportunas y pertinentes. Ha sido un año difícil para todos, pero para un departamento encargado de realizar eventos culturales y de ocio lo ha sido aun más. No obstante, aunque no se han podido realizar todos los eventos deseados y la normalidad en el departamento no ha existido, hemos podido defender nuestra actividad como departamento de tardecitas.

En la XIII edición de Publicatessen, el departamento de tardecitas ha estado formado por 7 alumnos/as miembros de 4º curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid.

El departamento ha contado con un coordinador, que, en este caso, he sido yo el que ha desempeñado ese papel, acompañado en todo momento de mi subcoordinadora Paula López Gil.

Por otro lado, nos encontramos a todos los miembros del equipo que han trabajado junto a nosotros dos para llevar a cabo el funcionamiento del departamento de tardecitas:

- David Pérez Outeiral
- Ana Rosa Miranda Sánchez
- Claudia Martín Cristóbal
- Leticia Cuerdo Barrio
- Sara Sánchez Riesco

En este caso, como podemos observar hemos sido pocos/as los/las integrantes de este departamento, por lo que no he tenido que dividir en subdepartamentos en ninguno de los casos. Hemos trabajado todos/as de manera unánime y en equipo. Como coordinador, sí

que he tenido que dividir en algunos casos la tarea, repartiéndola de la manera más justa y equitativa posible, como pueden ser las realizaciones de briefing para comunicación y diseño, redactar las actas de cada reunión, etc.

En esta XIII edición de Publicatessen, nos ha tocado sacar el lado más innovador y creativo. Lo que se conocía como el departamento de los eventos multitudinarios, ha tenido que cambiar su modo de actuación debido a la pandemia de la COVID-19. En algunos casos ha sido muy difícil continuar, debido a que todas las propuestas que realizábamos como han fueron, la entrega de piruletas en una de las actividades, el mercadillo de ropa, los famosos churros con chocolate, una fiesta organizada para recaudar fondos, etc. Todo a nuestro paso iba siendo cancelado, pero finalmente, trabajando juntos y en equipo, hemos logrado ser un departamento activo y que ha dado color a esta última edición de Publicatessen. Como dicen en la publicidad es mejor reinventarse que morir.



*Imagen 1. Fotografía del Departamento de Tardecitas. Fuente: Fotógrafo Alberto Morala (2021).*

## **7. EVENTOS LLEVADOS A CABO**

El departamento de tardecitas llevó a cabo cuatro diferentes acciones durante los meses previos a las jornadas y a la gala. Debido a las dificultades que la pandemia nos ha puesto, ha sido muy difícil buscar eventos adecuados. Durante los meses que dura el festival hemos tenido el toque de queda a las 20:00 h y muchos establecimientos permanecieron cerrados en ese tiempo. Aun así, trabajamos duro para sacar adelante estas cuatro actividades que finalmente pudieron llevarse a cabo. A continuación, se exponen y se detallan cada uno de ellos.

El primer evento que realizamos fue “El Mensaje De Cupido”. Los estudiantes, deberían dejarnos un mensaje de amor o amistad que más tarde nosotros entregaríamos a su destinatario en persona. En un primer momento, pensamos en entregar las frases de los estudiantes acompañados de una piruleta o una bolsa de chucherías, pero el protocolo COVID-19 prohibía rotundamente la manipulación de alimentos por nuestra parte, así como la entrega de una nota física en papel. Para evitar la posible propagación del virus era inviable realizar la actividad tal y como teníamos pensado.

Así que, se nos ocurrió la idea de transmitir el mensaje cara a cara para evitar de este modo cualquier tipo de contacto con el alumnado, entre ellos y entre nosotros.

Decidimos entonces personificar a Cupido y traerlo a nuestra universidad para entregar los mensajes de cada uno de los estudiantes. Cupido fue clase por clase entregando mensajes de amor y amistad a cada uno de los destinatarios oportunos.

Previamente, los miembros de tardecitas habrían recibido los mensajes en el Ágora de la facultad. Cada estudiante debía pagar un euro por cada mensaje que Cupido debía entregar al destinatario. Para que esto fuese posible, el departamento se puso previamente en contacto con diseño y comunicación. Debíamos presentar un briefing a cada uno de los departamentos por individual. Diseño debía realizar una gráfica donde expusiese que los miembros de tardecitas estarían en el Ágora de la universidad recogiendo dichos mensajes a una hora y un día en concreto. Posteriormente, mandamos de nuevo un briefing, pero esta vez a comunicación, para que la gráfica estuviese publicada en redes con la suficiente antelación y todos los/as alumnos/as pudieran asistir a entregar sus frases.

El departamento grabó toda la actuación de Cupido entrando clase por clase para posteriormente subirlo a redes sociales y dar a conocer Publicatessen. El video fue montado por los miembros de tardecitas debido al colapso que existía en ese momento en el departamento de diseño. Una vez montado el vídeo, nos pusimos en contacto de nuevo con los departamentos de diseño y comunicación para poder subir a las plataformas digitales el video realizado. Del mismo modo, mediante dos briefings, diseño creó una miniatura para el video y comunicación lo subió el día que estimamos más oportuno para su visionado por el resto de los estudiantes.

El objetivo principal que se quería cumplir con esta actividad era dar a conocer la organización a los cursos inferiores. Fue de las primeras acciones que realizó Publicatessen en esta XIII edición. Con ella se pretendía conseguir la participación de los estudiantes recién llegados a la universidad y aun un tanto desubicados. También hacer llegar no un mensaje de amor, si no el mensaje de que Publicatessen había comenzado y que todos conociesen el festival y comenzasen a oír el nombre. Como segundo objetivo, se pretendía conseguir los primeros ingresos para la organización. Cada mensaje enviado costaba un euro.

Para la organización del evento fueron necesaria la intervención de todos los miembros del departamento de tardecitas. Tuvimos que estar en el Ágora varios días y grabar cada una de las actuaciones de Cupido, por lo que fueron necesarios todos los efectivos con los que el departamento contaba.

Finalmente tuvo bastante repercusión entre los estudiantes de primero y segundo. Fueron los que en su mayoría enviaron los mensajes y los que más activos se encontraron dentro de la actividad.

Tuvo lugar una reunión previa con el Decanato y el Vicerrectorado de la universidad para explicar con detalles los pasos que iba a seguir dicho evento. Se tenía que asegurar que en todo momento se cumpliesen las medidas sanitarias pertinentes. Más tarde se recibió el aprobado y la actividad se realizó sin ningún tipo de problemas.

Toda la comunicación de este evento fue realizada mediante la red social de Instagram. En ella varios días antes, se grabó un *reels* en el que el coordinador de tardecitas explicaba que Cupido vendría a nuestra facultad en los días previos. El vídeo finalmente contó con más de 7500 reproducciones teniendo un gran alcance para ser el primero que se publicaba.

A continuación, expongo la gráfica realizada por diseño y posteriormente lanzada a redes por comunicación para explicar a los/as alumnos/as en qué iba a consistir la actividad y qué días íbamos a estar a su disposición para recoger los mensajes.



*Imagen 2. Captura de pantalla del Instagram de Publicatessen. Fuente: Publicatessen 2020/2021*



*Imagen 3. Captura de pantalla del Instagram de Publicatessen. Fuente: Publicatessen 2020/2021*

El segundo evento que realizamos por parte del departamento de tardecitas fue “Amor En Tiempos De La COVID”. El siguiente evento tenía un objetivo principal y era dar a conocer la organización de Publicatessen a cursos anteriores al nuestro. Seguíamos con el problema de que los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas no acababan de conocernos como tal. Entonces se nos ocurrió la idea de realizar “un programa” parecido al de la televisión. Dicho programa era First Dates, un programa de la Cuatro que consiste en diferentes citas a ciegas para que la gente encuentre el amor.

Nos pusimos a trabajar y realizamos un test de compatibilidad que posteriormente deberían rellenar todos los/as interesados/as para poder encontrar el amor. Para ello, escogimos el test del programa real, haciendo unas pequeñas modificaciones en él. Nos pusimos en contacto con diseño para que realizase una gráfica en la que se iba a detallar la explicación de los pasos que había que seguir para participar en el programa. Más tarde comunicación subió esta gráfica a las plataformas digitales, quedando fijado el link del

test de compatibilidad durante una semana en redes. Más tarde, antes de cumplir la semana, tuvimos que retirar el link debido a una gran cantidad de demanda por parte del alumnado. Era inviable realizar citas a ciegas a más de 110 personas que habían realizado nuestro test. Decidimos realizar entonces una criba escogiendo a las personas que más se ajustaban a nuestra filosofía.

La pandemia dificultaba la grabación de esta multitud de citas, conseguir el lugar oportuno y tener tiempo para citar a todos se nos hizo cuesta arriba. Contábamos con demasiadas solicitudes para participar en nuestro programa.

Finalmente escogimos solamente cinco parejas diferentes para grabar el programa, no pudimos escoger a más debido a que solo éramos siete miembros en el departamento y se hacía imposible la gestión de un programa tan largo. Todas las citas serían grabadas y posteriormente el propio departamento de tardecitas debía hacer el montaje del programa escogiendo los mejores momentos de cada cita. Para no tener gran cantidad de minutos grabamos decidimos acortar las citas a cinco.

Decidimos entonces mandar los mensajes oportunos a los diferentes afortunados que iban a tener la cita a ciegas. Se le citó a cada uno a una hora diferente para que no hubiese demasiada aglomeración, y poco a poco se fueron grabando cada una de las citas que teníamos previstas.

Nuestro presentador “David Sobera” recibiría a cada cita por separado, les preguntó algunas cuestiones para conocer a cada uno de ellos/as y posteriormente, le daba paso a su mesa. Una vez en la mesa, el equipo de tardecitas había preparado unas tarjetas para facilitar la comunicación entre ellos y que se pudiesen empezar a conocer sin tanta tensión. Finalmente, nuestro presentador les hacía la pregunta del programa, consistía en decirles si querían o no tener una segunda cita, para dar más intriga a la situación.

Se grabaron todas las citas de manera individual y más tarde fue el propio departamento de tardecitas el encargado de montarlo para subirlo a redes sociales. Se tuvieron que sintetizar en tan solo 15 minutos finales de video. El video fue subido al Instagram de Publicatessen, para que todos pudieran ver todo el programa entero y así difundirlo y dar a conocer el festival. Más concretamente debido a su duración se subió a Instagram TV, donde la plataforma te permite tener vídeos largos como el nuestro.

La decisión de realizar el video nosotros mismos fue tomada debido a que en esta edición el departamento de audiovisuales se creó a última hora y el de diseño encargado hasta el momento de estas tareas estaba saturado. Como este departamento tenía exceso de trabajo decidimos no sobrecargarlo más y hacerlo por nosotros mismos para que pudiésemos cumplir con el timing que nos habíamos propuesto.

Esta actividad fue organizada por todos los miembros del departamento de tardecitas. Había demasiadas tareas que realizar dentro del evento y hubo que distribuir el trabajo entre los siete. Unos se encargaron de realizar las tarjetas con preguntas, otros de la realización y producción del video, otros del montaje, otros de los test de compatibilidad y otros de citar a todos los estudiantes finalmente seleccionados.

El video finalmente montado, se publicó en Instagram y tuvo bastante repercusión, más de 1700 personas vieron nuestras citas. Muchos de los alumnos/as preguntaron si habría un segundo programa, pero no hubo tiempo para realizar la segunda parte.

Los participantes finalmente citados, fueron alumnos entre primero y tercero. Escogimos cuidadosamente a cada uno de ellos viendo que tenían influencia en los demás alumnos de sus respectivos cursos. El único objetivo principal de este evento era dar a conocer Publicatessen. Se nos ocurrió por eso una actividad que diese de que hablar entre los alumnos/as. Contamos con un final de 10 participantes.

Para la grabación del programa, utilizamos un equipo prestado por la Universidad de Valladolid. Previamente rellenamos los permisos necesarios y nos fue concedido. Empleamos para ello: dos cámaras, dos trípodes, un cable extensor, una pértiga y un micrófono.

A continuación, se expone una foto del día de grabación. Esta es una de las cinco citas que tuvimos durante toda la tarde. Los participantes no se conocían con anterioridad y desconocían quien sería su cita.



*Imagen 4. Fotografía de la grabación del programa. Fuente: Tardecitas 2020/2021*



*Imagen 5. Fotografía de la grabación del programa. Fuente: Tardecitas 2020/2021*



*Imagen 6. Fotografía de la grabación del programa. Fuente: Tardecitas 2020/2021*

El tercer evento que llevamos a cabo fue la Yincana de Publicatessen. Desde el departamento de patrocinio nos hicieron llegar la información de que un patrocinador había puesto su granito de arena en especies. Teníamos un lote de cervezas San Frutos. Se trata de una empresa que realiza cervezas artesanas en la zona, estas son muy famosas en Segovia y están muy cotizadas, por lo que nos pareció una buena idea realizar una actividad para sacar ese lote de cervezas.

Después de varias reuniones, el equipo de tardecitas tuvo la idea de realizar una yincana al aire libre para evitar el contagio y la propagación del virus. En aquel momento, las reuniones entre personas estaban limitadas a seis, por ello, hicimos grupos de cinco personas para realizar la yincana.

Como en anteriores veces, seguimos los mismos canales oportunos. El departamento de tardecitas se reunió de nuevo y comenzamos a realizar los briefings oportunos tanto para diseño como para comunicación. En esta actividad, necesitaríamos dos gráficas por parte del departamento de diseño, una de ellas informaría al alumnado de que estaríamos previamente en el Ágora de la universidad y la otra gráfica indicaría el día, el lugar y la hora donde se realizaría la yincana. Posteriormente, tuvimos una reunión con comunicación para establecer los días y los canales necesarios para lanzar esta actividad. No obstante, el mismo día de la yincana, Eva Santalla subcoordinadora del departamento de comunicación asistió con todos los miembros de tardecitas para retransmitir mediante

Instagram el funcionamiento de dicha actividad. Quedando constancia en redes de las actividades realizadas durante la yincana y los ganadores finales que recibieron el premio.

Algunos miembros del departamento estuvieron en los días previos en el Ágora de la facultad para que se apuntasen todos los estudiantes que quisiesen participar. Para hacerlo, solo tenían que ser cinco y pagar un euro por cada integrante del grupo. Finalmente decidimos escoger solo cinco grupos para evitar la gran afluencia de gente y la posible aglomeración de estas.

El objetivo de esta actividad era animar a los alumnos a participar en las actividades que Publicatessen proponía. Las jornadas estaban cerca y había que mover a todo el alumnado y hacerles pasar un rato agradable a nuestro lado. La gran mayoría de personas que participaron fueron estudiantes del primer y segundo curso. Contamos con un total de 25 participantes.

Para la organización de este evento, participamos todos los miembros del departamento de tardecitas, también nos ayudó la subcoordinadora de comunicación. Hubo que realizar bastantes actividades previas al mismo, como la elaboración de los juegos, el orden, la distribución por la ciudad, etc.

Utilizamos bastantes materiales que hubo que comprar previamente para cada juego. Entre ellos podemos destacar globos, jarras de aguas, mascarillas de repuesto, vendas para los ojos, etc. Los materiales necesarios para la actividad fueron comprados y la factura correspondiente fue declarada al tesorero.

A continuación, explico todo el desarrollo de la yincana, así como todo lo utilizado y difundido el día en el que se realizó:

**EQUIPOS:** De 4 personas

**RECORRIDO:** 1. Universidad (parte de la Viña) 2. Acueducto 3. Iglesia de San Millán 4. Sabbat 5. Catedral

**PRUEBA 1:** Chulipeando. Esta prueba consistirá en que los 4 jugadores exploten 2 globos por persona solo con el culo e individualmente. El equipo ganador es el que consiga explotar los 8 globos en el menor tiempo posible.

**PRUEBA 2:** No te mojes. La prueba consiste en que en una distancia de aproximadamente 4 metros de los jugadores haya un cubo vacío. Los jugadores tendrán que rotarse durante

2 minutos entre ellos (cada uno con su vaso) y tendrán que llevar el vaso de agua lleno sobre la cabeza para intentar llenar lo máximo posible el cubo. Si a alguno de los jugadores se le cae el vaso de agua volverá al punto de partida. El equipo ganador será el que consiga llenar más el cubo en esos dos minutos.

PRUEBA 3: Las películas. Uno de los jugadores será el elegido para hacer la mímica, el integrante de tardecitas será el encargado de irle diciendo los títulos. El equipo ganador será el que consiga adivinar más películas durante 3 minutos.

PRUEBA 4: Relevos ciegos. A una señal salen los primeros corredores, que llevarán los ojos vendados e irán al otro lado, dirigidos por los gritos de sus compañeros. Al llegar, entregarán el testigo a otro compañero que también estará con los ojos vendados y que ha de recorrer el camino hacia donde salió el primero y allí entregar el testigo a otro ciego... hasta que hayan corrido todos los del grupo. El equipo ganador será el que consiga hacer el recorrido en menor tiempo.

PRUEBA 5: Furor. Se le dice al equipo una palabra y se le dará un tiempo de 2 minutos. Con esta palabra los participantes deberán cantar el mayor número de canciones posibles. Ejemplo: Sol “Eva María se fue buscando el sol en la playa...” “Sol solito caliéntame un poquito...” El equipo ganador será aquel que consiga encontrar más canciones en ese tiempo. (Las pruebas se adaptarán a los lugares, no tienen por qué ser en ese orden.)

Normas (COVID-19): } En cada prueba habrá dos personas de tardecitas para vigilar y regular que se cumplan todo tipo de medidas de seguridad. } Las pruebas se tienen que hacer obligatoriamente con mascarilla. } Tendremos mascarillas de repuesto por si en alguna prueba pasa algo y gel desinfectante para los jugadores. } Todas las pruebas son al aire libre. } Entre los jugadores se dejará 1,5m de distancia cuando estén realizando las pruebas.

También les entregamos una hoja previamente a todos los capitanes de los diferentes equipos para que leyesen en alto a todo su grupo. Para nosotros era de vital importancia cuidar a todos los participantes y tratar de cuidarnos a nosotros mismos. La hoja que se les entregó decía lo siguiente:

HOJA PARA EL GRUPO: (Leer en alto) Bienvenidos a la Yincana de Publicatessen, antes de nada, gracias por apuntarte y esperamos que pases una tarde muy divertida. Antes de empezar he de darte unas pequeñas pautas para que todo salga bien:

- Como bien sabéis la COVID-19 sigue entre nosotros por lo que no deberás quitarte, ni bajarte la mascarilla para la realización de ningún juego UN ROLLAZO LO SÉ, pero es así.
- No asistas a la yincana si presentas síntomas de la COVID-19.
- En el caso de que la mascarilla se rompa, se moje o se dañe, habla con los organizadores para que te den una nueva.
- Las pruebas no van por tiempo, es decir, el tiempo que cuenta es en el que tu realices la prueba no el que tardes en desplazarte de un lugar a otro.
- No vayáis ni muy lentos ni muy rápidos en los desplazamientos, no queremos aglomeraciones innecesarias con otros grupos.
- Intenta no juntarte mucho a tus compañeros de grupo, respeta la distancia ya que vamos a estar en la calle y pueden llamarnos la atención.
- El veredicto puede tardar un rato, pero si sois los ganadores lo sabréis los primeros.
- Finalmente, y lo más importante es que paséis un buen rato, disfrutéis de lo poco que nos dejan y...

¡QUE GANE EL MEJOR! ¡QUE EMPIECE EL JUEGO!

Por último, cada miembro del departamento que realizaban las pruebas tenía en su poder un folio para poder poner todos los tiempos y las cantidades que cada grupo obtuviese en cada prueba, de la misma forma, ese folio nos repartía a cada uno en las diferentes pruebas que se iban a llevar a cabo.

HOJA DE ORGANIZACIÓN GYNKANA PUBLICATESSEN:

	E1	E2	E3	E4	E5
PRUEBA 1 (se apunta el tiempo)					
PRUEBA 2 (se apunta la cantidad)					
PRUEBA 3 (se apunta el tiempo)					
PRUEBA 4 (se apunta la cantidad)					
PRUEBA 5 (se apunta la cantidad)					

RECORRIDO DE CADA GRUPO: GRUPO 1: UNIVERSIDAD, ACUEDUCTO, IGLESIA DE SAN MILLAN, SABBAT Y CATEDRAL

GRUPO 2: ACUEDUCTO, IGLESIA DE SAN MILLAN, SABBAT, CATEDRAL Y UNIVERSIDAD

GRUPO 3: IGLESIA DE SAN MILLAN, SABBAT, CATEDRAL, UNIVERSIDAD Y ACUEDUCTO

GRUPO 4: SABBAT, CATEDRAL, UNIVERSIDAD, ACUEDUCTO Y IGLESIA DE SAN MILLAN

GRUPO 5: CATEDRAL, UNIVERSIDAD, ACUEDUCTO, IGLESIA DE SAN MILLAN Y SABBAT

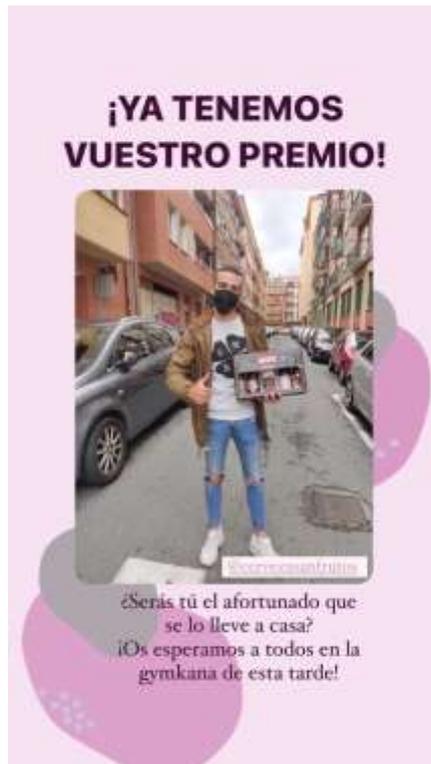
PRUEBAS: PRUEBA 1: JOSE MANUEL Y EVA (CHULIPANDEO, UNIVERSIDAD) – SE LES MANDA A LA PRUEBA 2

PRUEBA 2: PAULA Y CLAUDIA (LAS PELÍCULAS, ACUEDUCTO) – SE LES MANDA A LA PRUEBA 3

PRUEBA 3: DAVID Y ANTONIO (RELEVOS CIEGOS, SAN MILLAN) – SE LES MANDA A LA PRUEBA 4

PRUEBA 4: SARA Y LETICIA (NO TE MOJES, SABBAT) – SE LES MANDA A LA PRUEBA 5

PRUEBA 5: TERESA Y ANA (FUROR, CATEDRAL) – SE LES MANDA A LA PRUEBA



*Imagen 7. Captura de pantalla del Instagram de Publicatessen. Fuente: Publicatessen 2020/2021*



*Imagen 8. Captura de pantalla del Instagram de Publicatessen. Fuente: Publicatessen  
2020/2021*

El último evento realizado por tardecitas ha sido el evento de deportes. El responsable de Deportes UVa (Segovia) de la facultad, se puso en contacto conmigo para que hiciésemos un evento común. Al él le interesaba subir seguidores en redes sociales y a nosotros nos interesaba que Publicatessen siguiese teniendo repercusión entre todos los estudiantes, por eso decidimos realizar un evento conjuntamente.

El evento finalmente consistía en subir un post al Instagram de Deportes UVa y realizar un sorteo. Los/as ganadores/as del sorteo se enfrentaría entre ellos y a Julio (responsable de Deportes UVa) en un triangular del FIFA 20. Este es un juego de Play Station 4 al que muchos de los estudiantes juegan en sus casas.

Para realizar el evento no nos pusimos en contacto con los mismos departamentos de siempre, esta vez fue diferente. La respectiva gráfica que se subió a redes sociales de Deportes UVa (Segovia) la realizaron ellos mismos, después de tener una reunión con ellos, decidieron que la publicación solo se subiese a sus redes sociales y que nosotros desde Publicatessen solo subiésemos alguna “historia” a Instagram indicando que el sorteo se realizaría en las redes de Deportes UVa (Segovia). Por tanto, solo tuvimos una reunión con el departamento de comunicación para explicarles cómo iba a ser el evento y que debían hacer en redes para conseguir los objetivos que nos habíamos planteado. El mismo día del evento, la coordinadora de comunicación estuvo a nuestro lado subiendo contenido a las redes sociales para dar difusión del evento.

El evento se llevaría a cabo en el video wall del Ágora de la facultad. Finalmente tuvimos dos ganadores del sorteo que jugaron entre ellos y con Julio. El evento fue retransmitido en directo desde la cuenta de Instagram de Deportes UVa (Segovia) y por la cadena de radio Emisión Mahonias.

En este caso, fue el coordinador de deportes el encargado de pedir todos los permisos pertinentes. Para realizar el evento en el Ágora tuvo que pedir permiso al Vicerrectorado de la facultad que finalmente no puso problema. Por otro lado, también fue en el encargado de ponerse en contacto con Emisión Mahonias para que radiaran el partido.

En la actividad participaron dos alumnos, uno de primero y otro de segundo curso junto con el coordinador de deportes.

En el directo de Instagram llegamos a tener *online* más de 200 personas que siguieron la retransmisión de los partidos desde sus casas.

Para la organización del evento, participamos todos los miembros del departamento de tardecitas junto con la coordinadora del departamento de comunicación y con el coordinador de deportes de la universidad.

En el evento se utilizaron materiales que la universidad prestó como el cableado, las mesas, las sillas, etc. También se utilizó una Play Station que fue prestada por el coordinador de deportes.

Durante la emisión de los partidos en directo, sorteamos con el público que había allí en directo y en el directo de Instagram una cantimplora y una camiseta de Deportes UVa.

Por otro lado, la Diputación de Segovia nos entregó una cesta de alimentos para que se la diésemos al ganador del evento.



*Imagen 9. Fotografía del ganador. Fuente: Tardecitas 2020/2021*



*Imagen 10. Fotografía de los jugadores con el coordinador de Tardecitas y el responsable de Deporte UVa Segovia. Fuente: Tardecitas 2020/2021*



*Imagen 11. Fotografía de los dos jugadores con el responsable de Deportes UVa Segovia. Fuente: Tardecitas 2020/2021*

## **8. CONCLUSIONES Y APORTACIÓN DE MEJORA**

En el presente documento he plasmado ocho meses de trabajo como coordinador del departamento de tardecitas de la XIII edición del Festival Publicatessen. Desde que este proyecto comenzó en octubre hasta su finalización con la gala el 13 de mayo.

Personalmente creo que el Festival Publicatessen es uno de los mejores proyectos que tiene la Universidad de Valladolid para la formación de sus estudiantes. Como miembro de este festival, puedo decir que he aprendido a organizar a un equipo, a luchar contra las adversidades que la pandemia nos ha planteado, a crear eventos de la nada cumpliendo con unos objetivos, a ser resolutivo, a ser creativo, un sinnúmero de cosas que este festival aporta a cada uno como persona y sobre todo como profesional.

En el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas en el Campus María Zambrano (Segovia) existen más de 200 alumnos por promoción divididos en diferentes grupos, unos por la mañana y otros por la tarde. Es imposible conocer a todos los estudiantes que forman tu promoción, pero Publicatessen te da la gran oportunidad de trabajar mano a mano con compañeros que antes no conocías ampliando tu horizonte y tu red de contactos.

Por otro lado, también tenemos toma directa con profesionales que vienen a las ponencias. Muchos de ellos han salido de la misma facultad de la que nosotros saldremos en unos meses y eso te da la fuerza y el valor para saber que se puede llegar lejos y se puede llegar a triunfar.

Viviéndolo desde dentro, te das cuenta lo difícil que es realmente organizar un festival de cero. Cada año esta empresa vuelve a formarse desde el inicio por los alumnos del cuarto curso de este grado y es un verdadero reto sacarlo adelante. Es justo ahí cuando te das cuenta de todo lo que realmente sabes y todo lo que has aprendido en estos cuatro años de carrera. Debes valerte por ti mismo, echarle valor y sacar a delante junto con todos tus compañeros el festival.

En las aulas normalmente nos hacen trabajar en equipos, para realizar trabajos y prácticas, pero acabamos repartiendo las tareas y trabajando realmente de forma individual. Este festival te obliga a trabajar en equipo, a asumir que no siempre tu idea es la mejor y que hay compañeros que son realmente buenos y que tienen un gran potencial, a los que hay que dar voz para mejorar en todo lo posible este festival.

Sin ninguna duda, Publicatessen ha sido lo mejor que he vivido en estos cuatro años en Segovia, me ha dado la oportunidad de conocerme a mí mismo y hacerme ver partes de mí que ni conocía. Me ha enseñado que los únicos límites que existen son los que tú mismo te pones. Hemos conseguido sacar adelante un departamento que suele hacer eventos con multitud de personas en plena pandemia mundial.

Los siete miembros del equipo, hemos luchado enormemente con todas nuestras ganas para quedar al departamento de tardecitas lo más arriba posible.

Sirva esta memoria como guía para futuros coordinadores de este departamento, si nosotros conseguimos sacarlo adelante con la COVID-19, estoy seguro de que las siguientes ediciones brillarán un poquito más cuando puedan realizar todo lo que se propongan.

¡Larga vida a Publicatessen!

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Festival Publicatessen (enero de 2015). *Folio dossier medios*. [Archivo PDF]  
Obtenido de :
  - <http://festivalpublicatessen.com/wp-content/uploads/2015/01/Folio-dossier-Medios.pdf> (Consultado el 25 de junio de 2021)
- Universidad de Valladolid (2014/2015) *Grado Publicidad y RRPP Itinerarios*. [Archivo PDF] Obtenido de: [https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/documentos/publicidad\\_distribucionV2.pdf](https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/documentos/publicidad_distribucionV2.pdf) (Consultado el 25 de junio de 2021)
- Festival Publicatessen. (2020/2021). *Festival Publicatessen*. Obtenido de Festival Publicatessen: <http://festivalpublicatessen.com/> (Consultado el 29 de junio de 2021)
- Universidad de Valladolid (20 de diciembre de 2009). *Programa Verifica. Grado Adaptación Bolonia* [Archivo PDF] Obtenido de: [file:///E:/Desktop/verifica%20\(1\).pdf](file:///E:/Desktop/verifica%20(1).pdf) (Consultado el 20 de junio de 2021)

## ANEXOS

### 1. Calendario de ejemplo.



#### Comienzo de las actividades

Para comenzar a organizarnos, presentamos la primera propuesta de calendario con las diferentes actividades del departamento de tardecitas. En el presente documento mostramos nuestro timing de preparación y realización de nuestras actividades.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1 Comienzo de la preparación de bolsa sorpresas para San Valentín.	2 Hablamos con el departamento de diseño y comunicación para el post.	3 José Manuel habla con La Junta sobre detalles del CETDC.	4 Enviar briefing sobre la publicación de la bolsa sorpresa.  Hablar con comunicación de la subida	5	6	7
8 Subida de la publicación a redes sociales  Inicio preparación vídeo	9	10	11	12 Recordatorio en redes (historias)	13	14 Final de la preparación. Todo listo para empezar.  Final preparación
15	16	17	18	19	20	21

Venta	Reparto	Inicio de la preparación de CETDC. Comienzo de la preparación de formularios	Inicio de preparación de video.	Hablar con los de comunicación para fijar fechas.		Fecha límite para tener los cuestionarios listos. Final del video y lanzamiento
22	23	24	25	26	27	28
Lanzamiento del formulario para que lo rellenen.						
Venta	Reparto					Final de la preparación de CETDC.

## 2. EJEMPLOS DE ACTAS

### ACTA REUNIÓN TARDECITAS 28/ 01/ 2021

#### Asistentes

Nos hemos reunido todo el departamento de tardecitas excepto Paula Garijo y Paula López por motivos justificados.

#### Orden del día

1. Realización del calendario necesario para dar comienzo a las actividades de tardecitas y comenzar a trabajar de una manera más organizada.
2. Fijar los timing sobre las bolsas de gominolas que se realizará en febrero.
3. Fijar los timing sobre el programa que vamos a realizar en tardecitas “Cupido en Tiempos de Covid”. (First Date)
4. Empezar a organizar el timing también en el mes de marzo sobre Twitch.

#### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

Nos hemos reunido el departamento de tardecitas para crear nuestro horario y empezar a organizar los próximos meses como son febrero y el principio de marzo. En febrero comenzamos preparando los regalos para San Valentín. Hemos decidido realizar un tipo de “amigo invisible” en el que todos los alumnos podrán enviar una bolsita de gominolas con una breve frase a cualquier otro alumno/a de la UVA. Hablaremos con los departamentos de diseño y comunicación cuando se acerque la fecha que hemos acordado para ello, así que tendrán tiempo suficiente para realizar el post y publicarlo en redes.

Del mismo modo, hemos comenzado a marcarnos los timing sobre nuestro programa “Cupido en Tiempos de Covid” para que todos entendáis en que consiste, es parecido al conocido programa televisivo “First Date”.

Por último, en el mes de marzo, hemos empezado a organizar también la creación de un canal de Twitch de Publicatessen. Sobre esto aún no hemos quedado nada en claro, comenzaremos a prepararlo la primera semana de marzo, puesto que en febrero tenemos varias actividades que requieren atención inmediata.

En caso de que alguien quiera conocer el timing exacto de nuestras actividades, se le pasará el horario completo realizado en la reunión de hoy.

En Segovia a 28 de enero de 2021.

Fdo. Coordinador de Tardecitas

José Manuel González López.

Fdo. Tercer responsable

David Pérez Outeiral



## ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN Y TARDECITAS 31/ 01/ 2021

### Asistentes

A la reunión hemos asistido los coordinadores y las coordinadoras de comunicación y tardecitas. Eva Santalla Fernández y Tania Gómez Arranz (comunicación) por otra parte, Paula López Gil y José Manuel González López (tardecitas).

### Orden del día

1. Propuesta sobre adelantar actividades para el mes de febrero.
2. Nueva propuesta sobre las bolsas de gominolas que se entregarán en San Valentín.
3. Debatir el modo de llevar a cabo el programa “Cupido en Tiempos de Covid”
4. Unir nuestros departamentos a la hora de elaborar el nuevo canal de Twitch para Publicatessen.

### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

En esta reunión, hemos participado las coordinadoras de comunicación y los coordinadores de tardecitas para llevar a cabo nuestro programa y poder cumplir los plazos a tiempo.

Nos hemos organizado de una mejor forma, para que los dos departamentos vayan a la par y así puedan cumplirse los timing previstos.

Hemos hablado de la semana de San Valentín, y de como vamos a poder llevar a cabo nuestra actividad propuesta para estas fechas. Desde protocolo, nos han transmitido que las bolsas de gominolas estarán prohibidas por el tema covid, así que hemos planteado otra alternativa para poder seguir llevando a cabo nuestra actividad.

Por otro lado, hemos hablado del programa “Cupido en Tiempos de Covid” y de como queremos que se suba a redes y como se va a grabar todo. Será mediante la realización de un video y varios posts anunciando el programa y más tarde las citas se subirán a Instagram tv.

Por ultimo, hemos hablado sobre el futuro canal de Twitch que queremos abrir y como gestionarlo entre los dos departamentos.

En Segovia a 31 de 01 de 2021.

Fdo. José Manuel González López  
Coordinador de tardecitas

Fdo. Tania Gómez Arranz  
Coordinadora de comunicación



## ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 08/ 02/ 2021

### Asistentes

A esta reunión hemos asistido todos los miembros del departamento.

### Orden del día

1. Realizar y enviar un briefing a diseño.
2. Realizar y enviar un briefing a comunicación.
3. Organizarnos internamente para afrontar la nueva actividad de "El Mensaje de Cupido".

### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

En la reunión de hoy del departamento de tardecitas hemos llevado a cabo todo lo necesario para dar comienzo a una nueva actividad. Hemos realizado y enviado briefings a comunicación y diseño para que se pongan manos a la obra.

En la semana del 15 de febrero se va a realizar una actividad llamada "El Mensaje de Cupido". Consistirá en que un miembro del departamento de tardecitas, disfrazado de cupido entregará mensajes de amor y amistad por las diferentes clases del Campus María Zambrano.

En los días previos a esta actividad, estaremos en el Ágora de dicho campus para recoger los mensajes que cada uno quiera enviar. Necesitaremos nombre del destinatario, curso y grupo en el que se encuentra y si es grupo par o impar. En el Ágora estaremos los días 15 y 22 de 10 a 14 y de 16 a 19 ambos días. El precio de cada mensaje enviado será de 1€.

Por otra parte, nos hemos organizado para dividirnos entre nosotros las actividades que hay que realizar.

En Segovia a 08 de 02 de 2021.

Fdo. José Manuel González López  
Coordinador de tardecitas.

Fdo. Paula López Gil  
Subcoordinadora de tardecitas.



## **ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 10/02/2021**

### **Asistentes**

A esta reunión de tardecitas hemos asistido todos los miembros excepto Paula Garijo que no ha podido asistir por motivos justificados.

### **Orden del día**

- 1.** Repartir todas las tareas entre los diferentes miembros del departamento de cara a “El Mensaje de Cupido”.
- 2.** Hablar sobre el vídeo que se va a realizar para “El Mensaje de Cupido”.
- 3.** Quedar fijada la fecha de la próxima reunión para realización del video de “Cupido En Tiempos De Covid”.
- 4.** Distribución de los miembros en el Ágora los días 15 y 22 de febrero para organizar las frases.

### **Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados**

Hoy hemos tenido una reunión para distribuir todas las tareas entre los miembros del departamento, se acerca la fecha de la realización de “El Mensaje de Cupido” y debemos tenerlo todo bajo control. Hemos dividido quien estará cada día en el Ágora y su franja horaria que le pertenece, hemos hablado también por otro lado sobre la realización del vídeo (reels) que se realizará para promocionar y recordar a los alumnos el domingo.

Hemos detallado todas las normas que deberán existir de cara a “El Mensaje de Cupido”, necesitaremos que la gente sepa que solo es una frase, que no puede ser ofensiva si no todo lo contrario y que deberán darnos toda la información que les pedimos para poder realizar la actividad como todos deseamos.

Finalmente hemos programado otra reunión para crear el guión del siguiente vídeo promocional de “Cupido En Tiempos De Covid”.

En las próximas semanas comienzan todas nuestras actividades y debido a esto estamos teniendo tanta frecuencia de reuniones.

En Segovia a 10 de 02 de 2021

Fdo. José Manuel González López

Coordinador de tardecitas

Fdo. Paula López Gil

Subcoordinadora de tardecitas.



## **ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 12/02/2021**

### **Asistentes**

A esta reunión de tardecitas hemos asistido todos los miembros del departamento.

### **Orden del día**

- 1.** Propuesta para cambiar el nombre de “Cupido En Tiempos De Covid” por “Amor En Tiempos De Covid”.
- 2.** Guión y realización del vídeo para “El Mensaje de Cupido”.
- 3.** Realización del guión del vídeo que se grabará el miércoles “Amor En Tiempos De Covid”.
- 4.** Explicación del protocolo que habrá que seguir en la actividad de “El Mensaje De Cupido.”.

### **Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados**

El primer punto que hemos tratado en la reunión ha sido el cambio del nombre de “Cupido En Tiempos De Covid” por “Amor En Tiempos De Covid”. Se ha votado entre todo el departamento y tras un brainstorming ha sido el nombre elegido. El motivo del cambio de nombre ha sido debido a que era un poco caótico por aparecer dos veces en dos actividades diferentes la palabra cupido. Por ello, para evitar confusiones entre nosotros y los demás, se ha decidido cambiar.

Por otro lado, hemos realizado dos guiones de vídeos que debemos grabar. Uno se ha grabado hoy ya que debemos tenerlo listo para antes del domingo 14 de febrero para que comunicación pueda tenerlo con tiempo y subirlo.

Se ha realizado también, el guión del vídeo explicativo que se realizará el miércoles 17 de febrero por todos los miembros del departamento. En el vídeo se explicará de una forma divertida y entretenida, en que va a consistir nuestra nueva actividad de “Amor En Tiempos De Covid”

Por último, se han realizado los briefings correspondientes para los departamentos de comunicación y el de diseño, que se los haremos llegar en los días próximos.

En Segovia a 12 de 02 de 2021

Fdo. José Manuel González López

Coordinador de tardecitas

Fdo. Paula López Gil

Subcoordinadora de tardecitas.



## ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 17/ 03/ 2021

### Asistentes

Hemos asistido todos los miembros del departamento de tardecitas.

### Orden del día

1. Analizar todos los test de compatibilidad de “Amor En Tiempos De Covid” y juntar todas las parejas para las próximas citas.
2. Fijar fechas para las citas.
3. Crear un evento para dar salida a la cerveza “San Frutos”. Patrocinio nos encargó la tarea de hacer una actividad en la que poder sacar esta cerveza que nos han ofrecido como patrocinadores.
4. Crear un evento futuro para obtener dinero para Publicatessen.

### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

En primer lugar, hemos analizado todos los test de compatibilidad que teníamos de todas las personas inscritas al programa “Amor En Tiempos De Covid”. Hemos unido todas las personas posibles, pero había un elevado número del género femenino por lo que mucha gente se ha quedado sin cita. Viendo que ya queda muy poco para Semana Santa, hemos decido dejarlo para después y organizar las citas a la vuelta. Pensando en que todo el mundo esté en Segovia, hemos preferido hacerlo la segunda semana de la vuelta, para que estén tanto grupos pares como impares.

Por otro lado, hemos organizado una especie de yincana en la que tendrán que ir pasando pruebas (todas ellas cumplirán escrupulosamente la normativa Covid) y el ganador de esa yincana se llevará un pack de cervezas San Frutos. Patrocinio nos ha encargado un evento para dar salida a estas cervezas que nos han ofrecido como patrocinadores.

Por último, queremos hacer una fiesta en Discoteca Sabbat. Se pondrán a la venta entradas (hasta agotar aforo) para todos los asistentes que deseen ir. Será una fiesta temática después de los dos eventos anteriores (aún no hay fecha fijada). Nosotros sacaremos beneficio de cada entrada vendida, ya que, el coste íntegro de la entrada será para Publicatessen. Una vez allí, lo que consuman dentro del bar, será para el establecimiento. No obstante, intentaremos hacer sorteos y alguna actividad que el Covid nos permita durante la fiesta.

En Segovia a 17 de 03 de 2021.

Fdo. José Manuel González López  
Coordinador de tardecitas

Fdo. Paula López Gil  
Subcoordinadora de tardecitas



## ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 13/ 04/ 2021

### Asistentes

Hemos asistido todos los miembros del departamento.

### Orden del día

1. Poner fechas finales para el evento Amor En Tiempos De Covid.
2. Evento de Deportes Uva.
3. Fijar fechas finales para la gincana.

### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

En primer lugar, hemos fijado las fechas finales para Amor En Tiempos De Covid. Se realizará el miércoles 21 de abril. Estamos a la espera de la confirmación de la dueña de SushiGarden que será el espacio donde se grabarán las citas, pero en principio esa es la fecha final para grabar las citas. Por otro lado, Jose Manuel González, coordinador del departamento de tardecitas, ha creado un evento junto a Julio el de deportes. Al ser patrocinador del festival de Publicatessen, haremos un evento en el Ágora de la universidad sobre unos partidos del Fifa. Mediante un sorteo en las redes de Deportes UVA y que repostearán las redes de Publicatessen, se elegirán a dos ganadores que deberán enfrentarse a Julio en un único partido cada uno el lunes 19 de abril. Si consiguen ganar al anfitrión (Julio) recibirán un llavero de Publicatessen y una camiseta de Deportes UVA. Los partidos se jugarán en el video wall de la universidad, de los permisos y todo lo demás se encarga Julio.

Por último, hemos hablado sobre la ginca. Hemos decidido que se llevará a cabo el miércoles 28 de abril por Segovia. Consistirá en 5 grupos de 5 personas cada uno, y deberán ir pasando pruebas, el grupo ganador será obsequiado con las cervezas de San Frutos.

En Segovia a 13 de 04 de 2021.

Fdo. Coordinador de tardecitas  
José Manuel González López

Subcoordinadora de tardecitas  
Paula López Gil



## ACTA REUNIÓN DEPARTAMENTO DE TARDECITAS 13/ 04/ 2021

### Asistentes

Hemos asistido todos los miembros del departamento.

### Orden del día

1. Poner fechas finales para el evento Amor En Tiempos De Covid.
2. Evento de Deportes Uva.
3. Fijar fechas finales para la gincana.

### Desarrollo de la sesión y acuerdos adoptados

En primer lugar, hemos fijado las fechas finales para Amor En Tiempos De Covid. Se realizará el miércoles 21 de abril. Estamos a la espera de la confirmación de la dueña de SushiGarden que será el espacio donde se grabarán las citas, pero en principio esa es la fecha final para grabar las citas. Por otro lado, Jose Manuel González, coordinador del departamento de tardecitas, ha creado un evento junto a Julio el de deportes. Al ser patrocinador del festival de Publicatessen, haremos un evento en el Ágora de la universidad sobre unos partidos del Fifa. Mediante un sorteo en las redes de Deportes UVA y que repostearán las redes de Publicatessen, se elegirán a dos ganadores que deberán enfrentarse a Julio en un único partido cada uno el lunes 19 de abril. Si consiguen ganar al anfitrión (Julio) recibirán un llavero de Publicatessen y una camiseta de Deportes UVA. Los partidos se jugarán en el video wall de la universidad, de los permisos y todo lo demás se encarga Julio.

Por último, hemos hablado sobre la ginca. Hemos decidido que se llevará a cabo el miércoles 28 de abril por Segovia. Consistirá en 5 grupos de 5 personas cada uno, y deberán ir pasando pruebas, el grupo ganador será obsequiado con las cervezas de San Frutos.

En Segovia a 13 de 04 de 2021.

Fdo. Coordinador de tardecitas  
José Manuel González López

Subcoordinadora de tardecitas  
Paula López Gil

