

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y
DE LA COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2022/2023

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUALES**

EDICIÓN XV FESTIVAL PUBLICATESSEN

SILVIA CARMEN CALVO ARRANZ

Tutora académica: María Ángeles Núñez Casado
SEGOVIA, julio 202

ÍNDICE

1. Introducción	2
2. Justificación del tema	4
3. Justificación del proyecto en el título de Publicidad y Relaciones Públicas	5
4. Desarrollo de la actividad	15
4.1 Aproximación conceptual	15
4.2 Equipo de trabajo.....	16
4.3 Metodología del trabajo	17
5. Objetivos	19
5.1 Objetivos generales.....	19
5.2 Objetivos específicos.....	19
6. Estrategias	20
7. Acciones	22
8. Resultados	70
9. Conclusiones generales	79
10. Bibliografía	81
ANEXOS	83

1. Introducción

El objetivo central de este Trabajo de Fin de Grado es presentar una memoria detallada del trabajo llevado a cabo en el departamento de audiovisuales en la XV Edición del Festival Publicatessen: “La Revolución Publicitaria. *Liberté, Égalité, Publicité*”, celebrado en el Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid (UVa) en Segovia.

La elección del tema giró en torno a la idea de resaltar los valores humanos fundamentales, como la libertad y la igualdad, (Europa Press, 2023) así como el papel de la publicidad en la construcción de la sociedad.

Al inicio del curso escolar, la promoción saliente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid asume la responsabilidad de organizar la nueva edición del Festival Publicatessen.

El Festival lleva en marcha 15 años gracias al compromiso y el entusiasmo de los estudiantes por aplicar los conocimientos en un proyecto práctico de gran envergadura y perpetuar el legado de promociones pasadas.

La organización del Festival Publicatessen implica la planificación y ejecución de distintas actividades relacionadas con la publicidad y las relaciones públicas. Es común que, a principio de curso, los estudiantes que quieran estar involucrados en dicha organización se reúnan para discutir y elegir la estructuración más adecuada que garantice un desarrollo óptimo del evento. Durante esta reunión, los alumnos pueden optar por elegir formar parte de uno de los ocho departamentos que conforman la estructura de la organización, a su vez cada equipo elegirá a sus propios coordinadores, que junto a la presidenta/e y vicepresidente/a formarán la junta directiva.

Presidenta y un vicepresidente, serán los responsables de distribuir las funciones de manera efectiva. A continuación, se describen los departamentos que se formaron:

- Departamento de Jornadas: encargado de la planificación, concepción y desarrollo de las jornadas de publicidad y los mini talleres. También se encargan de la logística necesaria para recibir a los ponentes y garantizar que todo se desarrolle según el cronograma y programa establecido.

- Departamento de Protocolo: tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de los protocolos y normas establecidas referente a las precedencias.
- Departamento de Comunicación: responsable de diseñar y difundir noticias relevantes del festival, así como crear contenido para mantener activas las redes sociales, la gestión de la página web, la redacción y la distribución de comunicados de prensa, y la creación de contenido original.
- Departamento de Responsabilidad Social Corporativa: tiene como meta promover la conciencia social y ofrecer apoyo de forma responsable y sostenible, buscando una mayor interacción con la comunidad segoviana. Para lograrlo, ha trabajado en colaboración con las principales asociaciones de la ciudad organizando diversos eventos benéficos.
- Departamento de Gala: tiene la responsabilidad de planificar, desarrollar, dirigir y producir el evento de gala que marca el cierre del festival.
- Departamento de Patrocinio: se encarga de obtener la colaboración y el apoyo financiero de diversas empresas que son fundamentales para la realización del festival. Estas empresas se benefician al recibir una exposición completa de su marca a través de los distintos medios utilizados por Publicatessen.
- Departamento de Diseño: su función es la creación de la imagen visual, tanto en formatos impresos como digitales, así como el diseño del *Photocall*, carteles, o entradas, entre otros muchos.
- Departamento de Audiovisuales: encargados de la producción de piezas audiovisuales que capturen la esencia de comunicación de la organización, incluyendo el desarrollo de la bobina y la producción técnica de la gala.

2. Justificación del tema

Desde el primer día que ingresé en la universidad, me hablaron sobre el festival de Publicatessen, a medida que iba conociendo más sobre esta iniciativa, me puse la meta de formar parte de su organización en cuanto llegase a cuarto año de carrera. Esta idea quedó grabada en mi mente y cada vez que una edición del festival llegaba a su fin, me imaginaba formando parte de ese equipo, además de que participaba activamente en cada una de las ediciones anteriores.

Al empezar con esta experiencia, nos advierten que el último día nos emocionaremos hasta las lágrimas y que las personas que nos rodean se convertirán en nuestra segunda familia durante estos 10 meses, no se equivocaban. Se llega a crear un fuerte sentimiento de unión y pertenencia entre los estudiantes. A lo largo de estos años, hemos sido testigos de ediciones exitosas como “Publitocina, la hormona de la creatividad”, “Publicentrismo, habemus paradigma” o “Want to briefing, de la risa a la tragedia publicitaria”.

Estos festivales pasados nos han dejado un legado de creatividad, originalidad y momentos inolvidables. Cada edición ha sido única, dejando a su manera, una marca en la historia de la organización. Los temas elegidos reflejan la pasión y el ingenio de los alumnos. De aquí que surja la iniciativa de la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado, estos éxitos previos inspiran e impulsan a seguir adelante, superando desafíos y alcanzando nuevas metas para afianzar las competencias adquiridas durante todo el grado, y permitiendo así cerrar una etapa.

3. Justificación del proyecto en el título de Publicidad y Relaciones Públicas

El Festival de Publicatessen es una iniciativa de innovación docente en la que los estudiantes de cuarto año de carrera pueden llevar a cabo de manera práctica y profesional las habilidades y competencias adquiridas durante esta formación. La adquisición y puesta en marcha de las competencias adquirida es uno de los objetivos principales de este proyecto coincidiendo con las metas planteadas en los planes de estudio de los grados:

Una de las metas centrales de la Universidad del Siglo XXI es que los estudiantes controlen su proceso de estudio y adquieran competencias que les sean útiles dentro y fuera de las aulas (Fernández, et al 2013: 866).

Es una experiencia enriquecedora debido a que permite desarrollar las capacidades y adquirir práctica para un futuro profesional respetando las directrices planteadas en el acuerdo de Bolonia:

El proyecto con el que nace y se asienta el Festival Publicatessen está basado en una metodología participativa que busca lograr un aprendizaje experiencial y colaborativo, que permita adaptar el grado de Publicidad y Relaciones Públicas a la filosofía del proceso de Bolonia, según el cual los docentes deben enseñar competencias, entendiendo por estas el modo de alcanzar ciertas capacidades necesarias para desenvolverse con soltura en el mundo laboral (García Marín et al, 2022: 2).

De acuerdo con el proceso de convergencia europea es imprescindible que las universidades planteen metodologías de aprendizaje que permitan no solo la adquisición de competencias sino su puesta en marcha. Para ello es recomendable que el alumno lleve a cabo actividades autónomas que deben definirse de forma integrada a las competencias descritas en los planes de estudio (Diez & García 2010). La estructura y jerarquía establecida en este proyecto permite a alumnado el desarrollo de las competencias adquiridas durante el grado con una gran autonomía y respetando la diversidad del alumno pues permite que cada uno se adscriba a un departamento según sus intereses y habilidades. Así cada departamento desarrolla unas competencias, tano específicas como generales, que serán de gran utiliza para su futuro profesional.

A continuación, se expone una tabla que muestra la relación entre las habilidades y competencias (generales y específicas) desarrolladas de Acuerdo con las directrices del acuerdo de Bolonia en su adaptación en el Verifica del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de 2009 de la universidad de Valladolid (Universidad de Valladolid, 2009) ajustado a las exigidas en el grado según el Real Decreto 1393 / 2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias:

Tabla 1: Competencias Generales adquiridas en el Festival de Publicatessen.

COMPETENCIAS VERIFICA	COMPETENCIAS REFORZADAS CON LA PARTICIPACIÓN EN <i>PUBLICATESSEN</i>
COMPETENCIAS GENERALES	
COMPETENCIAS INSTRUMENTALES	
(CG-1)	
Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.	Los estudiantes trabajan en estrecha colaboración con los distintos departamentos, aplicando los conocimientos teóricos adquiridos durante su formación académica. El uso de aplicaciones como <i>Adobe Premiere Pro</i> , <i>After Effects</i> o <i>Photoshop</i> ha permitido al departamento de audiovisuales llevar a cabo tareas de edición de video, creación de efectos visuales, diseño gráfico y manipulación de imágenes.
(CG-2)	
Capacidad de aplicar los conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	En este departamento, se ha reconocido la importancia de llevar a cabo una adecuada documentación para organizar y gestionar los tiempos, así como para la distribución y elaboración de piezas audiovisuales. Se fomenta la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas, ya que, se ponen en práctica conceptos como

	<p>el storytelling, la gestión de tiempos y la redacción de solicitudes. De esta manera, se desarrollan las competencias necesarias para el ámbito profesional permitiendo a los estudiantes adquirir experiencia y habilidades relevantes para el mundo laboral.</p>
<p>(CG-3)</p> <p>Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.</p>	<p>En busca de obtener una perspectiva más compleja y aprender de la experiencia, nos pusimos en contacto con la coordinadora del departamento de audiovisuales del año anterior. A través de esta comunicación, obtuvimos información valiosa sobre la situación actual del departamento, recibiendo consejos para evitar cometer los mismos errores. Realizamos un exhaustivo análisis de todas las acciones llevadas a cabo en ediciones pasadas del festival, permitiéndonos identificar aquellos aspectos positivos en los que podíamos apoyarnos, como aquellos que requerían mejoras. En línea con las lecciones aprendidas, nos aseguramos de seguir usando el disco duro asignado por la coordinadora del año pasado, para continuar almacenando toda la documentación audiovisual grabada y editada.</p>
<p>(CG-4)</p> <p>Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones hacia un público tanto especializado, como no especializado.</p>	<p>El departamento de audiovisuales desempeña un papel fundamental en la documentación y edición de todas las actividades llevadas a cabo durante el festival. Para cumplir con esta función, es</p>

	<p>necesario trabajar en estrecha colaboración con todos los departamentos que conforman Publicatessen, esto no obliga a enfrentarnos a situaciones que requieren de creatividad, y en muchas ocasiones de destreza para resolver problemas y dar soluciones efectivas que permitan al resto de departamentos llevar a cabo sus eventos.</p>
<p>(CG-5)</p> <p>Desarrollo de habilidades de aprendizaje necesarias para ejercer estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>	<p>El hecho de que el festival sea organizado por alumnos promueve el desarrollo de habilidades importantes como la resolución de problemas, el liderazgo y la toma de decisiones autónomas. Esta oportunidad brinda a los estudiantes la oportunidad de crecer y fortalecer las capacidades en un entorno real y práctico.</p>
<p>(CG-6)</p> <p>Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos</p>	<p>Esta edición ha destacado por realizar numerosas acciones sociales. El departamento de audiovisuales y el departamento de RSC han colaborado estrechamente para promover la inclusión y trabajar con distintas asociaciones.</p> <p>Una de las actividades destacadas fue la Feria de Entidades y Voluntariado, donde se brindó espacio a organizaciones como Caritas, Cruz Roja o la Asociación de Autismo, entre otras. Además, se estableció una colaboración con ACCEM, una organización sin ánimo de lucro que ayuda a personas refugiadas, con el fin de visibilizar su labor y sensibilizar sobre la situación de estas personas. Asimismo,</p>

	también se llevó a cabo una colaboración con la Residencia de las Hermanitas de los Pobres, una institución dedicada al cuidado de personas mayores en situación de vulnerabilidad, y con la Protectora de Animales de Segovia (PPP's). Con el objetivo de generar conciencia y promover la participación de estas actividades entre el alumnado.
--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Competencias Específicas adquiridas en el Festival de Publicatessen.

COMPETENCIAS VERIFICA	COMPETENCIAS REFORZADAS CON LA PARTICIPACIÓN EN <i>PUBLICATESSEN</i>
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
COMPETENCIAS ACADEMICAS / DISCIPLINARES	
(CE-1) Conocimientos fundamentales de comunicación; así como conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.	El trabajo en equipo y la comunicación han sido pilares fundamentales en la organización, potenciando así las habilidades comunicativas en la toma de decisiones conjuntas y el intercambio de ideas. Permitiendo mejorar la capacidad de comunicación, tanto dentro del departamento de audiovisuales como en el contexto más amplio del festival.
(CE-2) Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y	El departamento de audiovisuales ha demostrado una sólida capacidad para gestionar y coordinar su trabajo durante el desarrollo del festival. A pesar de haber contado con cinco integrantes, se ha logrado establecer una comunicación efectiva y tomar decisiones de liderazgo

<p>asumiendo los principios de la responsabilidad social.</p>	<p>eficientes. Aparte, se asumieron retos adicionales al encargarse de la producción y realización de la gala, así como la dirección técnica en las jornadas y mini talleres.</p>
<p>(CE-3) Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.</p>	<p>Es importante estar al día de las novedades y tendencias en la industria, así como comprender el entorno en el que se desenvuelve el festival y estar en consecuencia. Comprendiendo a analizar el panorama actual, identificando oportunidades y desafíos, para actuar de la mejor manera para adaptarse a las circunstancias para lograr el objetivo establecido.</p>
<p>(CE-5) Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.</p>	<p>Esta edición busco diferenciarse del resto de ediciones anteriores. Se cubrieron todos los eventos que tuvieron lugar durante la organización del festival. A mayores, el departamento de comunicación tenía la responsabilidad de grabar entrevistas utilizando el móvil. Estas entrevistas fueron posteriormente editadas por el departamento de audiovisuales y subidas a la aplicación de Tik Tok. Además, en esta edición, el departamento de audiovisuales asumió la responsabilidad de crear toda la bobina de la gala final. Esto representó un cambio significativo, ya que, en ediciones pasadas, los técnicos audiovisuales de la universidad se encargaban de esta tarea. El hecho de que el departamento se hiciese</p>

	cargo de la producción demuestra la confianza y el reconocimiento de la experiencia y capacidad para llevar a cabo este aspecto tan crucial para el festival.
(CE-6) Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.	La formación de la junta directiva con los coordinadores de cada departamento mejoró significativamente la comunicación entre los distintos departamentos y redujo los problemas asociados a la falta de comunicación de ediciones pasadas. La coordinadora (Patricia Grueso Pascual) del departamento de audiovisuales se mantuvo en contacto en todo momento con los otros coordinadores, enriqueciendo el proceso de planificación, contribuyendo a la calidad y originalidad de las actividades desarrolladas del festival.
COMPETENCIAS PROFESIONALES	
(CE-8) Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.	Se crearon diversas piezas audiovisuales con el objetivo de alcanzar un amplio público. Más concretamente, los videos se han enfocado en captar la atención del público joven, coincidiendo con el target. Para ello, se han utilizado distintos elementos que atraen a este público, como música con un ritmo llamativo y una edición dinámica con cortes que siguen el ritmo de la canción seleccionada.
(CE-14)	Durante la creación de las piezas audiovisuales, se ha puesto un énfasis

<p>Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.</p>	<p>especial en potenciar la creatividad y la persuasión de los mensajes, con el objetivo de hacerlos atractivos para nuestro público objetivo. Aplicándose las pautas y técnicas aprendidas en el aula. Se ha usado un lenguaje coloquial y cercano buscando establecer un sentimiento de pertenencia entre el público y el festival.</p>
<p>(CE-15)</p> <p>Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.</p>	<p>Se han aplicado competencias relacionadas con el uso de símbolos y significados, utilizando el logo en forma de corazón que se llegó a materializar gracias a Iñigo Garrido como elemento distintivo y representativo. Además, se han utilizado los colores corporativos, como el morado, de manera destacada en los videos, ya sea a través de filtros, fondos o letras, para reforzar la identidad visual del festival. En el caso de la bobina de la gala final, se requerían conocimientos específicos sobre <i>After Effects</i>, para crear una transición especial del telón que daba paso a los nominados.</p>
<p>(CE-18)</p> <p>Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.</p>	<p>Durante el proceso de organización, se han utilizado activamente las nuevas tecnologías para facilitar la comunicación externa e interna. Un ejemplo destacado es el uso de redes sociales, tanto en Instagram, Tik Tok, Twitter, Facebook o incluso en la página web de Publicatessen. Se han creado diversos videos para específicamente para cada plataforma y adaptados a su público objetivo. Se ha</p>

	logrado llegar a estudiantes de otros grados e incluso de otras ciudades, viéndose reflejado en la asistencia a los eventos.
COMPETENCIAS TRANSVERSALES	
(CE-20) Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.	Se han empleado diversas formas de trabajo en equipo. Por un lado, dentro del departamento de audiovisuales, se ha fomentado la motivación individual de cada miembro, buscando mantener el entusiasmo y la pasión con la que iniciaron su participación en el festival. Por otra parte, se ha desarrollado una capacidad de trabajo en equipo con otros departamentos que también requerían de la utilización de piezas audiovisuales para promocionar los distintos eventos en el festival. Durante el proceso de trabajo, se tuvo la oportunidad de colaborar tanto con compañeros conocidos como con desconocidos. Esto brindó la oportunidad de aprender a relacionarse y trabajar correctamente con personas nuevas, desarrollando habilidades de adaptación y comunicación.
(CE-21) Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.	Las habilidades desarrolladas en el trabajo en equipo nos permitieron aprovechar al máximo todas las competencias disponibles, lo que resultó crucial para crear contenido atractivo y lograr una conexión sólida con nuestro target. Cada miembro aportaba su perspectiva y habilidades únicas, enriqueciendo el

	proceso creativo y permitiéndonos abordar el contenido desde distintos ángulos.
(CE-24) Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.	Dado que era la primera vez en el mundo laboral se desarrollaron habilidades organizativas y un control efectivo del tiempo para adaptarse a las fechas de grabación y entrega de las piezas audiovisuales. Se creó un calendario compartido para visualizar la repartición y proyectos pendientes de cada una de las integrantes, coordinando a su vez el trabajo del departamento.

Fuente: Elaboración propia

4. Desarrollo de la actividad

4.1 Aproximación conceptual

El departamento de producción audiovisual tiene la responsabilidad de crear los videos necesarios para satisfacer las necesidades de comunicación del evento. Estos videos incluyen promociones de las actividades organizadas y resúmenes de los eventos. Para garantizar el éxito, es esencial tener una estrategia de planificación sólida que permita organizar los recursos disponibles, definir las tareas necesarias y promover la colaboración en equipo.

Como dijo Alfred Hitchcock, “Si hay algo más importante que la lógica: es la imaginación” (Ibáñez, 2005, s.p.). Rompiendo la lógica y apostando a la imaginación se une el juego a mostrar que se pueden tener las ideas más innovadoras, pero si no van acompañadas con las herramientas técnicas precisas, nunca se llegará al resultado soñado de encuadre, plano, iluminación o fotografía.

Siguiendo con este patrón, Pardo indica de manera sencilla y simple que “producir es crear” (2000: 247). Esto implica que la producción audiovisual involucra de manera intrínseca tareas creativas. Además, respalda su afirmación al enumerar una serie de momentos en los que el productor toma decisiones que tienen una influencia creativa significativa.

La forma en que percibimos las cosas está estrechamente relacionada con los aspectos que capturen nuestra atención. Por lo tanto, al analizar el montaje de una escena, es importante considerar el encuadre. En él encontraremos acciones destacadas que captarán nuestra atención y guiarán nuestra mirada hacia los puntos de interés específicos que nos conciernen personalmente.

De acuerdo con Deleuze (1983), debido a nuestro objetivo y la elección del encuadre, se establece la existencia de un doble sistema o régimen de referencia de las imágenes. En un primer momento, cada imagen tiene su propia variación y funciona como un elemento dentro del encuadre. Las imágenes interactúan y reaccionan entre sí. Luego, en un segundo momento, todas las imágenes varían en relación a una imagen en particular que se convierte en foco principal. Las demás imágenes reaccionan y se orientan hacia esta imagen central que captura la atención principal.

El encuadre correcto ayuda a componer una imagen de manera efectiva, enfatizando elementos importantes y transmitiendo la intención visual. En el festival, se ha hecho uso constante de diferentes tipos de planos para lograr un impacto visual y narrativo efectivo. Algunos de los planos más utilizados han sido el plano general, el primer plano y el plano detalle.

La luz juega un papel crucial en la creación de atmósfera, destacando objetos o personas y creando emoción en una escena. El control de aspectos técnicos como la exposición, la velocidad de obturación y la profundidad de campo ayuda a lograr imágenes de alta calidad e impacto visual.

Además de estas herramientas técnicas, es importante mencionar el uso que se ha mantenido en todo momento del *software* de postproducción y edición para pulir y refinar el material audiovisual. Los efectos visuales, los ajustes de color, la corrección de errores y otros procesos de edición han sido necesarios para lograr el resultado final deseado.

4.2 Equipo de trabajo

En octubre se formó por primera vez el departamento de audiovisuales con un equipo inicial de cuatro integrantes. Sin embargo, no fue hasta después de enero que se unió la última integrante, completando así el equipo del departamento (Imagen 1).

La incorporación de esta última integrante fue un paso importante para fortalecer el equipo de cara a las jornadas y la gala final. Finalmente, el departamento fue compuesto por:

- Patricia Grueso Pascual (coordinadora)
- Silvia Carmen Calvo Arranz (subcoordinadora)
- Raquel Doceda Agulló
- María del Rosario San Juan Arauzo
- Elvira Pérez Venganzones



Fuente: Alberto Morala Sanz 2023

Desde el principio, el equipo se mostró motivado y entusiasmado para trabajar, cada una aportando sus ideas y buscando nuevos desafíos. A pesar de ser un equipo pequeño, esta situación permitió tener una comunicación más cercana y directa, realizando reuniones más personales, generando así, un sentimiento de pertenencia.

4.3 Metodología del trabajo

La metodología de trabajo es un aspecto crucial en la creación de un video. La planificación adecuada garantiza un proceso seguro y eficiente, teniendo en cuenta el orden temporal y los recursos disponibles, ya sean económicos o técnicos. Al organizar un video, es importante establecer una serie de objetivos claros. Estos pueden incluir el maximizar el rendimiento del tiempo disponible, crear una estructura de trabajo sólida y obtener resultados óptimos. Para lograr estos objetivos se ha distribuido el proceso en distintas fases: preproducción, producción y postproducción.

1. Preproducción: En esta etapa, se lleva a cabo la planificación inicial del video. Esto implicaba que, a partir del *briefing* propuesto por el resto de los departamentos, nos definían el concepto, el mensaje, el tono, y los objetivos del vídeo, así como determinar el público objetivo al que nos teníamos que

adaptar. Se realizaba un esquema visual y un guion que serviría como base para la producción. Además, al contar con la ayuda del equipo técnico de la universidad pedíamos permiso para el uso de videocámaras.

2. Producción: En esta fase se lleva a cabo la grabación del video, siguiendo el plan establecido en la preproducción. Era importante para nosotros cumplir con el calendario y los horarios que habíamos propuesto, ya que esto nos brindaba una mayor claridad y organización de nuestro trabajo. Cada miembro del departamento tenía claro cuál era su función y responsabilidad en cada proyecto. Dado que éramos un equipo de cinco personas, nos organizábamos de manera rotativa según las tareas asignadas en ese proyecto en particular. Tres de nosotros nos organizábamos de la grabación y documentación del video, capturando distintos planos asegurándose de tener todos los elementos necesarios. Mientras tanto, las otras dos se dedicaban a la edición. A pesar de esta distribución de tareas, siempre estábamos dispuestos a ayudarnos mutuamente si alguno de nosotros se encontraba limitado en su tarea.
3. Postproducción: Aquí se realiza el montaje y la edición del material grabado para crear el producto final. Se seleccionan las tomas más adecuadas, ajustándose el ritmo, añadiendo efectos visuales o de sonido, incorporándose música y la corrección de color.

En esta edición en particular, se introdujo una novedad: el departamento asistió a todos los eventos para documentarlos audiovisualmente, permitiendo así la creación de un repositorio audiovisual del festival. Teniendo en cuenta de que la memoria es efímera, como señala Serrano (2013), la producción audiovisual potencia los recuerdos mediante imágenes y sonidos, proporcionando un medio para revivir esos recuerdos.

La metodología de trabajo siempre ha sido colaborativa, con el apoyo de tutores y técnicos de los distintos laboratorios. En todo momento, recibimos asesoramiento técnico por parte de este equipo. Estamos agradecidos por la colaboración y el apoyo recibido, ya que contribuyó significativamente al desarrollo de nuestro trabajo y nos permitió alcanzar un nivel profesional en la producción audiovisual.

5. Objetivos

El departamento de audiovisuales se creó con la finalidad de brindar apoyo al resto de departamentos, estando siempre al servicio de los demás, creando videos y material audiovisual que promoviera y difundiera los eventos organizados por la entidad y que permitieran ir creando un repositorio que reflejara las actividades realizadas por la organización años tras años.

Su objetivo principal es cubrir las necesidades de comunicación, aportando piezas audiovisuales que contribuyan a su promoción y difusión de manera efectiva.

5.1 Objetivos generales

Los objetivos que se plantearon para esta edición fue la de generar contenido audiovisual adaptado a las distintas plataformas digitales del evento, adecuadas para su difusión en redes sociales (Instagram, Tik Tok, Twitter, Facebook) y su página web.

También se quiso crear una base de datos audiovisual, donde se propuso recopilar y organizar todo el material audiovisual producido durante la edición. La finalidad es construir un archivo audiovisual completo que sirva como referencia para futuras ediciones, facilitando la gestión y la selección de contenido en años posteriores, igual que hicieron los componentes de la edición pasada.

A mayores, quisimos promover el ámbito de la producción y realización audiovisual, destacando la importancia y las oportunidades profesionales que ofrece este campo. Queriendo motivar a los estudiantes a explorar esta salida profesional y fomentar un correcto desarrollo en el ámbito audiovisual.

5.2 Objetivos específicos

En relación a los objetivos específicos, se propuso aunar los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera para potenciar en su máximo esplendor al festival, grabando en todos los eventos y actividades que se hiciesen. Al depender de otros departamentos, estamos supeditados a crear contenido específico para cada uno de ellos.

Dar cobertura a eventos en los que participa no solo la comunidad académica sino la sociedad segoviana gracias a la colaboración con el departamento de RSC en los que se

buscó activar la conciencia social y crear motivaciones favorables a la participación con el voluntariado u otras formas de apoyo.

6. Estrategias

En la actualidad, nuestra sociedad se encuentra inmersa en una cultura altamente visual, influenciada por el contexto social y tecnológico en el que vivimos. La necesidad de capturar y compartir momentos se ha vuelto fundamental, ya que parece que, si algo no está documentado visualmente, nunca ocurrió. Todo esto se ha visto reforzado con la popularidad de las redes sociales, especialmente Instagram, que se ha convertido en la plataforma más visual hasta la fecha. Para comprender las razones detrás del éxito de esta aplicación, es crucial considerar el papel del contexto social y tecnológico, ya que desempeña un papel determinante en su adopción y utilización masiva.

“El uso de las SNS ha provocado que la imagen se alce como la herramienta de difusión más útil, sobre todo, para los más jóvenes. La aparición de los dispositivos móviles ha conseguido que la necesidad comunicativa del ser humano haya experimentado una transformación a través de Internet. La Red se ha convertido en un escenario de intercambio, donde el usuario comparte, produce, crea y desafía los formatos convencionales con el objetivo de instaurar relaciones más abiertas y dinámicas” (De Casas Moreno et al. 2018:42).

Desde su aparición en 2010, Instagram ha jugado un papel fundamental en la democratización de la fotografía, aprovechando los avances tecnológicos. Según Fontcuberta (2016), ya no se trata simplemente de teléfonos que pueden tomar fotografías, sino de cámaras que también permiten realizar llamadas telefónicas. Este avance ha llevado a la sociedad digital a sentir la necesidad de mostrar su propio arte al mundo, a través de la expresión emocional. Entre todas las redes existentes en el mundo digital, Instagram ha sido la única que ha logrado combinar de manera efectiva los conceptos de creatividad y emotividad, después de este análisis se acordó potenciar el trabajo audiovisual en esta red social para establecer una conexión más profunda con los usuarios. El público objetivo del festival está dirigido principalmente a los estudiantes que cursan el grado de Publicidad y Relaciones Públicas, con edades comprendidas entre los 18 y 27 años.

De acuerdo con los resultados del Informe Digital 2022 de octubre, elaborado por *Hootsuite* y *We Are Social*, se destaca que más del 63% de la población mundial utiliza Internet, lo que equivale a 171 millones de nuevos usuarios en el último año. La principal razón que motiva a las personas a usar Internet es la necesidad de mantenerse informadas sobre lo que sucede en el mundo, con un porcentaje del 58.4%. Esto indica que una gran parte de los usuarios utiliza Internet como una fuente de noticias y actualizaciones para estar al tanto de los acontecimientos globales. Adicionalmente, la reciente actualización de Instagram que incorpora la función de “*reels*” ha facilitado que las piezas audiovisuales se vuelvan virales con mayor facilidad (Marketing News, 2023).

Otra de las estrategias implementadas consistió en potenciar la plataforma de Tik Tok, siendo más constantes que en ediciones pasadas. Esta decisión se tomó debido a que Tik Tok es una de las plataformas más populares y consumidas en la actualidad, alcanzando un 43% de audiencia según los datos de Marketing News (2023). Además, esta aplicación se encuentra dentro de nuestro *target*, lo que la convierte en un canal adecuado para llegar a la audiencia de manera efectiva. La inclusión de Tik Tok como parte de estrategia busca capitalizar la popularidad y alcance generando mayor visibilidad y participación en el evento.

Otra estrategia fue potenciar el uso de la plataforma de Twitter, debido a la asimetría que comparte con Instagram, esto significa que los usuarios tienen la libertad de seguir a otros perfiles sin la obligación de reciprocidad. En otras palabras, si el usuario A decide seguir al usuario B en ambas plataformas, el usuario B no está obligado a seguir al usuario. Esto permite que los usuarios tengan una amplia variedad de perfiles a los que puedan seguir, sin restricciones de seguimiento mutuo. Esta asimetría en las redes sociales brinda flexibilidad y libertad a los usuarios para personalizar su experiencia y elegir a quienes desean seguir y recibir contenido de forma selectiva (Hu et al. 2014).

7. Acciones

El departamento de audiovisuales han sido los encargados de crear contenido visual, atractivo y persuasivo para promocionar e informar sobre las distintas acciones publicitarias que se desempeñan a lo largo del año en el Festival de Publicatessen. La metodología de trabajo con el resto de los departamentos se centraba en los *briefings*, continuando con la concepción del guion, la edición, la producción, la planificación del rodaje y la grabación del material.

A mayores, este departamento fue el encargado de la producción técnica (tanto de sonido como audiovisual) en los mini talleres, las jornadas, y, por último, la gala.

La división de tareas como departamento se basaba en la disponibilidad de cada miembro del equipo, procurando una distribución equitativa entre los participantes.

Los formatos que se han trabajado varían entre:

- Videos promocionales, con el objetivo de generar expectación y promover la participación en el evento, resaltando así los aspectos clave y las ventajas de asistir.
- Contenido para redes sociales, creando contenido visual para plataformas como Instagram, YouTube o Tik Tok. Esto incluye videos breves diseñados para captar la atención del público objetivo en entornos de las redes sociales.
- Videos documentales, explorando temas de interés, educando y generando conciencia sobre diversas cuestiones apoyando visualmente en todo momento al departamento de Responsabilidad Social Corporativa.
- *Aftermovies*, captando los momentos más destacados de los eventos para poder revivir y recordarlos en un futuro.

En la siguiente tabla se expone las distintas piezas audiovisuales (tabla 3) en orden cronológico que se han desempeñado a lo largo del festival como las que formaron parte de la bobina de la gala (tabla 4). Además, en los anexos 2 y 3 se encuentran las distintas piezas para visualizar con sus respectivos enlaces.

Tabla 3: Numeración de las piezas audiovisuales realizadas durante la XV edición del Festival Publicatessen. 2022

PIEZAS AUDIOVISUALES REALIZADAS DURANTE LA EDICIÓN				
Pieza	Fecha	Departamento	Acción	Difusión (medio)
1	19/10/22	Audiovisuales	Presentación XV edición	Tik Tok y <i>stories</i> de Instagram
2	24/10/22	Comunicación	<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	Instagram y <i>stories</i> de Instagram
3	27/10/22	RSC	Desayuno solidario	Video <i>stories</i> Instagram
4	29/10/22	Comunicación	<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	Youtube
5	07/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
6	11/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
7	14/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
8	16/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
9	18/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
10	19/11/22	Patrocinio y Tardecitas	Vermú Kotaho	Instagram y <i>stories</i> de Instagram
11	21/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
12	21/11/22	RSC	La boda	Video <i>stories</i> Instagram
13	23/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
14	25/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
15	28/11/22	Patrocinio y Tardecitas	<i>Aftermovie</i> Vermú Kotaho	Youtube
16	29/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
17	30/11/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok
18	02/12/22	Comunicación	Pin Pon	Tik Tok

19	10/12/22	Comunicación	Entrevista alumno	Tik Tok
20	12/12/22	Comunicación	Entrevista alumno	Tik Tok
21	14/12/22	Patrocinio y Tardecitas	Xmas Market	<i>Video stories</i> Instagram
22	14/12/22	Comunicación	Entrevista alumno	Tik Tok
23	16/12/22	Patrocinio y Tardecitas	Campanadas	<i>Video stories</i>
24	16/12/22	Comunicación	Entrevista alumno	Tik Tok
25	20/12/22	RSC	Revolución solidaria. Niños	<i>Video stories</i> Instagram
26	21/12/22	RSC	Revolución solidaria. Residencia	<i>Video stories</i> Instagram
27	21/12/22	Patrocinio y Tardecitas	Xmas Market	Instagram y Tik Tok
28	22/12/22	Patrocinio y Tardecitas	<i>Aftermovie</i> Campanadas	Instagram y Youtube
29	02/01/23	RSC	<i>Aftermovie</i> revolución solidaria	Instagram
30	10/01/23	Patrocinio	Estampitas de la suerte	<i>Video stories</i> Instagram
31	16/01/23	Patrocinio	Estampitas de la suerte	Instagram
32	14/02/23	RSC	San Valentín - ITS	Instagram

33	15/02/23	Comunicación	Recordatorio previo carnaval	Video stories Instagram
34	15/02/23	Comunicación	San Valentín	Tik Tok
35	16/02/23	Audiovisuales	Curso de audiovisuales	Video stories Instagram
36	17/02/23	Patrocinio y Tardecitas	Carnaval	Video stories Instagram
37	17/02/23	Comunicación	San Valentín	Tik Tok
38	19/02/23	Patrocinio y Tardecitas	<i>Aftermovie</i> carnaval	Instagram
39	20/02/23	Patrocinio y Tardecitas	<i>Aftermovie</i> carnaval	Youtube
40	21/02/23	Comunicación	San Valentín	Tik Tok
41	22/02/23	Comunicación	San Valentín	Tik Tok
42	22/02/23	RSC	Making of de la feria de entidades y voluntariado	Video stories Instagram
43	23/02/23	Comunicación	Entrevista con presentadores	Tik Tok
44	24/02/23	RSC	Feria de entidades y voluntariado	Video stories Instagram
45	27/02/23	Comunicación	Entrevista con presentadores	Tik Tok
46	27/02/23	RSC	<i>Aftermovie</i> feria de entidades y voluntariado	Youtube
47	27/02/23	RSC	<i>Aftermovie</i> feria de	Instagram

			entidades y voluntariado	
48	28/02/23	Comunicación	Asociación Amanecer	Tik Tok
49	03/03/23	Comunicación	Fundación ANAR	Tik Tok
50	03/03/23	Comunicación	Asociación Europe Direct	Tik Tok
51	08/03/23	Comunicación	Asociación La liga de la Leche	Tik Tok
52	09/03/23	RSC y Jornadas	Mini Jornadas 8M	Video stories Instagram
53	12/03/23	RSC y Jornadas	<i>Aftermovie</i> Mini Jornadas 8M	Instagram y Youtube
54	12/03/23	Comunicación	Deportes Uva	Tik Tok
55	16/03/23	Comunicación	Entrevista 8M	Tik Tok
56	20/03/23	Comunicación	Marca con su música	Tik Tok
57	20/03/23	Comunicación	Publicación previa a la paellada	Instagram
58	22/03/23	Comunicación	Marca con su música	Tik Tok
59	23/03/23	RSC	Colegio Diego de Colmenares	Video stories Instagram
60	24/03/23	RSC	Residencia Hermanitas de los Pobres	Video stories Instagram
61	26/03/23	Patrocinio y Tardecitas	Paellada	Video stories
62	27/03/23	Comunicación	Marca con el famoso	Tik Tok

63	27/03/23	RSC	<i>Aftermovie</i> actividades	Instagram y Youtube
64	28/03/23	RSC	Protectora de animales	Video stories Instagram
65	29/03/23	Comunicación	Marca con el famoso	Tik Tok
66	29/03/23	RSC	ACCEM	Video stories
67	31/03/23	RSC	<i>Aftermovie</i> protectora de animales	Instagram y Youtube
68	01/04/23	Patrocinio y Tardecitas	<i>Aftermovie</i> paellada	Instagram y Youtube
69	03/04/23	RSC	<i>Aftermovie</i> ACCEM	Instagram y Youtube
70	03/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
71	05/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
72	08/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
73	10/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
74	12/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
75	14/04/23	Comunicación	Pin Pon Paellada	Tik Tok
76	17/04/23	Jornadas	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 1	Instagram
77	18/04/23	Jornadas	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 2	Instagram
78	19/04/23	Jornadas	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 3	Instagram

79	20/04/23	Jornadas	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 4	Instagram
80	26/04/23	Gala	<i>Aftermovie XV</i> Gala	Instagram y Youtube
81	01/05/23	Jornadas	<i>Aftermovie</i> Jornadas	Youtube

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Piezas audiovisuales realizadas para la bobina de la gala final de Publicatessen. 2023

Pieza	Departamento	Acción	Difusión (medio)
1	Gala	Video presentación de la XV Edición	Bobina
2	Gala	Cortinillas de los nominados y ganadores	Bobina
3	Gala	Video de San Publicito y Santa Publicita	Bobina
4	Gala	Video inicio del avión	Bobina
5	Gala	Noche de la publicidad	Bobina
6	Gala	Video presentadores de ediciones pasadas	Bobina
7	Gala	Video emotivo	Bobina
8	Gala	Video informativo	Bobina
9	Gala	Aquí no hay quien viva	Bobina
10	Gala	Créditos finales	Bobina

Fuente: Elaboración propia

Con motivo del inicio de la XV edición del Festival de Publicatessen se realizó un video corto a modo de presentación (figura 1), el día 19 de octubre, donde todos los integrantes se pusieron sus mejores galas para realizarse las fotos de esta tan gran esperada edición para subirlo posteriormente a las *stories* de Instagram y Tik Tok, inaugurando de esta manera la cuenta del festival de dicha red social.

Figura 1. Video breve para las stories de Instagram y Tik Tok



Nota: Publicado en *Tik Tok* 2022. Fuente: Elaboración propia

https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7157340119265987845?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7239439058266506778

La previa de San Frutos fue el primer evento oficial para dar la bienvenida y que nos conociesen las personas con motivo de las fiestas patronales de la ciudad de Segovia. Dicho acto se realizó en el Quiosco de San Roque (Sushi Garden) frente a la comisaría de policía, de 18.00 a 21.30h, el día 24 de octubre de 2022.

El evento contó con música en directo, a manos del *DJ Rouss Music*, asimismo el bar La Zapatería nos ofreció un surtido variado de pinchos que se entregó en el acto. Al conseguir un acuerdo con uno de los patrocinadores locales (restaurante MaskBrasas), se pudo hacer un sorteo de una cena para dos personas. También, se realizaron juegos típicos como el *beer pong* acompañado de música.

Para la realización de este evento, tres integrantes del departamento estuvieron recogiendo las imágenes con cámaras, para posteriormente realizar un video resumen que se subió a Instagram (figura 2.1). La canción usada fue “*Outside*” de Kilian K, Robbe & DJSM. Mientras, que para el video de YouTube (figura 2.2) se ejecutó un video más corporativo del resumen con la misma música. También se realizó un video *stories*, donde una de las integrantes del departamento estuvo recopilando distintos videos con el dispositivo móvil. El video se montó bajo el lema de “*Bongo Cha*” de Good Boys, un trío de compositores británicos que ha ganado reconocimiento por colaborar con artistas y productores prominentes en la escena de la música electrónica.

Figura 2.

Aftermovie de la previa de San Frutos



Nota: Composición de *frames del aftermovie* de la previa de San Frutos. El primero fue publicado en *Instagram* y el segundo en *Youtube* 2022. Fuente: Elaboración propia

https://www.instagram.com/reel/CkTNkLkxyl/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNW FIZA==

<https://youtu.be/rwMuZZ2MAwU>

La primera sección que se realizó en la red social de Tik Tok fue la de “Pin Pon”, llevada a cabo por el departamento de comunicación, donde se crearon 11 nuevos videos (figura 3) explotando la creatividad y la oportunidad de generar contenido humorístico. En ese momento ese formato se encontraba en auge debido a la gran acogida que tuvo el *trend* por los usuarios de esta aplicación. Este iba principalmente dirigido a los componentes de los distintos departamentos que formaba Publicatessen; el departamento de comunicación fue el encargado de crear sus propias versiones de preguntas y respuestas utilizando dicho efecto, para conseguir ese tono humorístico expresándose por medio de los memes que reaccionaban a las respuestas que daban los participantes, para así hacer

que el contenido fuese más atractivo y entretenido para el público, consiguiendo finalmente una buena repercusión en la red social.

Figura 3.
Videos realizados para Tik Tok



Nota: Uno de los once *Tik Toks* publicados en esta plataforma donde aparece Eduardo Villanueva y Andrea Valiente 2022. Fuente: Elaboración propia

https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7163257215531371781?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7239439058266506778

El 27 de octubre de 2022 se realizó un desayuno solidario a favor de la construcción de un pozo en Atisiamé, Ghana junto a la ONGD ADEPU. La facultad de Educación de Segovia y Palencia junto con la de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid, colaboran con la ONG ADEPU, a través, de un programa de Prácticas Internacionales de Cooperación Educativa al desarrollo, dirigido a las y los estudiantes de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Social y, a partir este curso académico, de Publicidad y Relaciones Públicas donde se utiliza la metodología del aprendizaje-servicio en la asignatura de Practicum (Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, 2022). Durante el primer cuatrimestre, un grupo de 7 estudiantes de los campus Segovia y Palencia de la Universidad de Valladolid (UVa) tuvo

la oportunidad de realizar sus prácticas en el poblado de Larabanga. En el segundo cuatrimestre, se ha ampliado el número de estudiantes en prácticas, llegando a un total de 10, quienes están llevando a cabo su experiencia en el poblado de Atsiame.

Para esta acción cada persona tenía la opción de pagar voluntariamente una cantidad de dinero pertinente por el desayuno que recibían. En lugar de establecer un precio fijo, se confiaba en la generosidad y la conciencia social de los participantes para contribuir con una cantidad adecuada.

La canción elegida para esta historia de Instagram (figura 4) fue la de la artista María Escarmiento “*Puedes contar conmigo*”, donde en aquel momento estaba en auge.

Figura 4.

Video stories del desayuno solidario



Nota: Publicado en *Instagram* donde aparece Lucia Fernández-Recalde Velasco atendiendo a un profesor 2022. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/>

El 19 de noviembre se organizó un evento en colaboración con la discoteca Kotaho con motivo del primer vermicu de la edici3n, en 3l, contaron con Charanga la Juerga, adem3s de *djs*, como Albert Kren y David Ec. Esta fiesta es una de las m3s populares entre los j3venes, debido a ser una de las m3s longevas que se realizan y la gran reputaci3n que tiene entre sus miembros. Ha ganado reputaci3n gracias a la combinaci3n perfecta entre comida, ambiente festivo. La paella se prepara siguiendo recetas tradicionales y utilizando los mejores ingredientes, lo que garantiza un sabor aut3ntico y delicioso.

Para este acontecimiento, nos dividimos de tal manera en la que tres de las integrantes del departamento estuvieron recogiendo con una c3mara las im3genes pertinentes, la otra integrante estuvo grabando con el m3vil para la realizaci3n del reels. De esta manera, el video *stories*, (figura 5.1) combina las distintas im3genes grabadas bajo la canci3n “Broken Ties” del artista David Whistle. Para el *aftermovie* (figura 5.2) quisimos poner una canci3n electr3nica con melod3as pegadizas y un ritmo en3rgico, por ello, la canci3n elegida fue “In My Mind” de Dynoro & Gigi D’ Agostino.

Figura 5.

El primer vermicu de la edici3n: Kotaho



Nota: Frames del *aftermovie* del primer vermicu de la edici3n en *Kotaho*. El primero fue publicado en las historias de *Instagram* y el segundo en *Youtube* 2022. Fuente: Elaboraci3n propia

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/>

https://youtu.be/_qOIYOkFU8M

Con motivo del 25N, el día conmemorativo dedicado a la eliminación de la violencia contra la mujer. Se reivindicó este día con un acto solidario que duró toda la semana del 21 al 25 de noviembre en la sala de exposiciones dentro de la biblioteca del Campus María Zambrano con la exhibición de la dura realidad que, por desgracia, muchas mujeres tienen que vivir diariamente.

Se colaboró con el departamento de responsabilidad social corporativa para llevar a cabo esta acción, significando mucho para la organización, ya que, la concienciación era muy alta entre todos los miembros.

El video (figura 6) que se proyectó en la exposición fue locutado por dos compañeros de la edición (Saioa Losada y Carlos Ruiz) para mostrar las limitaciones basadas en el género, abogando por el respeto mutuo y la libertad individualizada en la elección de la vestimenta y en la participación de conversaciones o debates, entre otros muchos.

Figura 6.

La exposición: La boda



Nota: Publicado en las historias de *Instagram* 2022. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/>

El 10 de diciembre, el departamento de comunicación, empezó en Tik Tok una nueva sección de entrevistas (figura 7) que duraría hasta el día 16 de ese mismo mes. Esta sección consistía en preguntas acerca de la organización de Publicatessen acompañado de memes en base a las respuestas de los entrevistados.

Estas entrevistas trataban de conocer más a fondo la percepción que tenían los alumnos de otros cursos sobre esta edición. En ellas se les preguntó acerca de los eventos que organizan, los departamentos o incluso sobre las jornadas.

Figura 7.

Entrevistas a alumnos de la facultad



Nota: Uno de los cuatro *Tik Toks* publicados en esta plataforma donde aparecen alumnos de la facultad 2022. Fuente: Elaboración propia

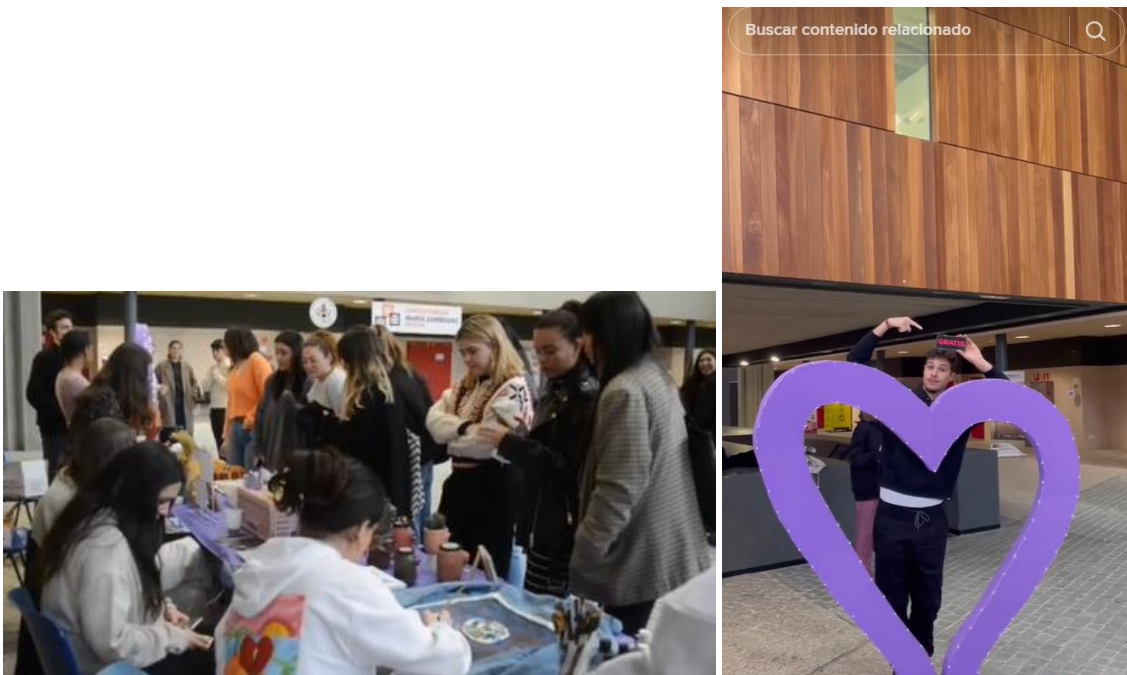
<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7177728062858038533>

Para inaugurar el mes de diciembre, en colaboración con el departamento patrocinio y tardecitas se realizó un mercadillo navideño el día 12 de diciembre en el ágora de la Universidad de Valladolid con el fin de que los alumnos de la facultad mostrarán su emprendimiento y productos. Asistieron marcas emergentes como Save Time Candles, Tu Trini o Magonarte, donde encontramos una amplia variedad de artículos, como artesanías, velas aromáticas, regalos o ropa personalizada. También hubo una chocolatada con churros y zumos. Se colaboró con varios establecimientos de la ciudad de Segovia,

como Segofre, la pastelería Acueducto, el restaurante Damario, la churrería Marmel, y muchos más.

El *aftermovie* se subió a Instagram (figura 8.1) bajo el lema “*Here Comes The Sun*”, una canción icónica de The Beatles, escrita por George Harrison. Con su mensaje de esperanza y su melodía alegre. También se realizó un pequeño resumen del video para subirlo a Tik Tok (figura 8.2) con la melodía de “*As It Was*” de Harry Styles.

Figura 8.
Xmas Market



Nota: Frames del *aftermovie* del Xmas Market. El primero fue publicado en las publicaciones de *Instagram* y el segundo en *Tik Tok* 2022. Fuente: Elaboración propia

https://www.instagram.com/p/CmbajnXqz_A/

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7179552819861654789>

La noche del 15 de diciembre se celebró la Nochevieja universitaria en la discoteca Kotaho. Durante este evento se reprodujeron las campanadas y se siguió con la tradición de tomar las 12 uvas, en una similitud a lo que ocurre típicamente el 31 de diciembre.

El equipo del departamento asistió al evento con el propósito de capturar las imágenes relevantes. Nos organizamos de manera que tres de nuestros miembros utilizaron cámaras para grabar, mientras que el miembro restante utilizó un dispositivo móvil para subir

posteriormente un video a la función *stories* de Instagram. De esta manera, todas teníamos tareas que hacer pudiendo registrar y compartir los momentos más destacados que se vivieron en el evento. El video *stories* se editó bajo la música de “*I Gotta Feeling*” de Black Eyed Peas. Los dos *aftermovies* subidos a Instagram (figura 9.2) y YouTube (figura 9.3) fueron editados con la canción “*Get the Party Started*” de la artista P!nk.

Figura 9.

Nochevieja universitaria: Las campanadas



Nota: Frames del *aftermovie* de las campanadas. El primero fue publicado en las publicaciones de *Instagram* y el segundo en *YouTube* 2022. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/p/CmenvHXqQaj/>

https://youtu.be/hJX_SvMtD_k

Durante la semana del 12 de diciembre se habilitó una mesa en el ágora donde se dio la oportunidad de escribir cartas que fueron entregadas en mano a la Residencia de Mayores de Hermanitas de los Pobres, con el fin de hacerles más amenas estas festividades.

Esta iniciativa surgió a raíz de la crisis sanitaria producida por el Covid-19, que ha llevado a imponer medidas de cuarentena más estrictas para las personas mayores en comparación con el resto de la población. Esta situación ha resultado en una considerable pérdida de contacto de los ancianos con sus seres queridos y amigos, ya que muchos de ellos no tienen los conocimientos necesarios para comunicarse a través de internet o carecen de la tecnología requerida. Para abordar esta situación se puso en marcha una acción concreta: los miembros de la comunidad universitaria de Segovia comenzaron a redactar cartas de apoyo con el propósito de brindarles ánimo y apoyo emocional en un momento en el que el contacto físico se veía limitado, buscando aliviar la soledad, ofreciéndoles un mensaje

de afecto y recordándoles que en estas fechas tan marcadas no estaban solos. También, en colaboración, los alumnos del colegio Diego de Colmenares se involucraron activamente en esta iniciativa para demostrar su solidaridad y empatía hacia los más vulnerables. Recibieron más de 80 cartas.

Para estas dos acciones, las cuatro integrantes del departamento de audiovisuales se dividieron para lograr una amplia cobertura en estos dos eventos. Se editó el video bajo una canción navideña con una melodía nostálgica y letras conmovedoras, *“Footprints in the Snow”* de 37roommusic, el cuál fue publicado en Instagram (figura 10).

Figura 10.

La revolución solidaria



Nota: Frame del *aftermovie* de la revolución solidaria publicado en *Instagram* 2022. Fuente: Elaboración propia. <https://www.instagram.com/p/Cm6mNNuqJkZ/>

Al acercarse la época de exámenes, más concretamente el mes de enero, el departamento de diseño creó a Santa Publicita y San Publicito con la finalidad de hacer más ameno dicho mes, deseando suerte de una manera humorística donde diseñaron 4 modelos distintos con frases actualizadas del momento, como la de *“Clara-mente”*, *“vamos a la extra porque somos extraordinarias”* o *“los 10 últimos minutos corren igual de rápido en un Rolex que en un Casio”*.

La acción consistía en repartir estampitas por toda la universidad con el propósito de que las personas las compartieran en sus redes sociales, para entrar en un sorteo para dos personas de una cena en MaskBrasas, lo que permitiría que por cada interacción la cuenta de Publicatessen se volviese más viral. Una de las personas del equipo se encargó de acompañar a los miembros de los distintos departamentos de la organización mientras

distribuían las estampitas. Posteriormente, se editó un vídeo y se subió a Instagram (figura 11), utilizando la canción “*Ho Hey*” del grupo *The Lumineers* como fondo musical.

Figura 11.

Las estampitas de la suerte



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/CnfEnDZKpZZ/>

En San Valentín, el 14 de febrero, se realizó una acción para los estudiantes del campus donde tuvieron la oportunidad de acercarse al *stand* que fue montado en el ágora. El propósito principal era educar, prevenir y crear conciencia sobre las infecciones de Transmisión Sexual (ITS), en colaboración con la Asociación LGTBH de Segovia.

Se distribuyeron folletos informativos que contenían datos relevantes sobre las ITS, incluyendo su prevención, síntomas y tratamiento. Además, se entregaron preservativos como una forma práctica de recordar a los estudiantes la importancia del uso de protección en las relaciones sexuales. Con esta actividad, se buscaba fomentar conductas responsables y seguras. Dos integrantes del departamento fueron las encargadas de

recopilar las imágenes, donde posteriormente se subió a Instagram (figura 12) con la canción de Crystal Fighters, “*Love Natural*”.

Figura 12.
San Valentín



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/CpArKb2rdGp/>

Durante la semana del 15 al 22 de febrero, el departamento de comunicación lanzó un nuevo *trend* en Tik Tok. Este *trend* estaba enfocado en entrevistas relacionadas con el tema de San Valentín.

Durante las entrevistas, se plantearon preguntas como si creían que San Valentín es una fecha en la que las marcas buscan aprovecharse económicamente. Estas preguntas buscaban generar reflexión y debate sobre el significado y el impacto comercial de esta celebración.

El objetivo de esta iniciativa era aprovechar la popularidad de la plataforma para llegar a un público más amplio y así generar interacción y participación en torno a la temática de San Valentín y la labor de Publicatessen.

Cada integrante del departamento asumió la responsabilidad de editar un video de los 4 que había (figura 13) fomentando la colaboración y la participación de todos los miembros, generando un sentido de equipo.

Figura 13.
Tik Tok San Valentín



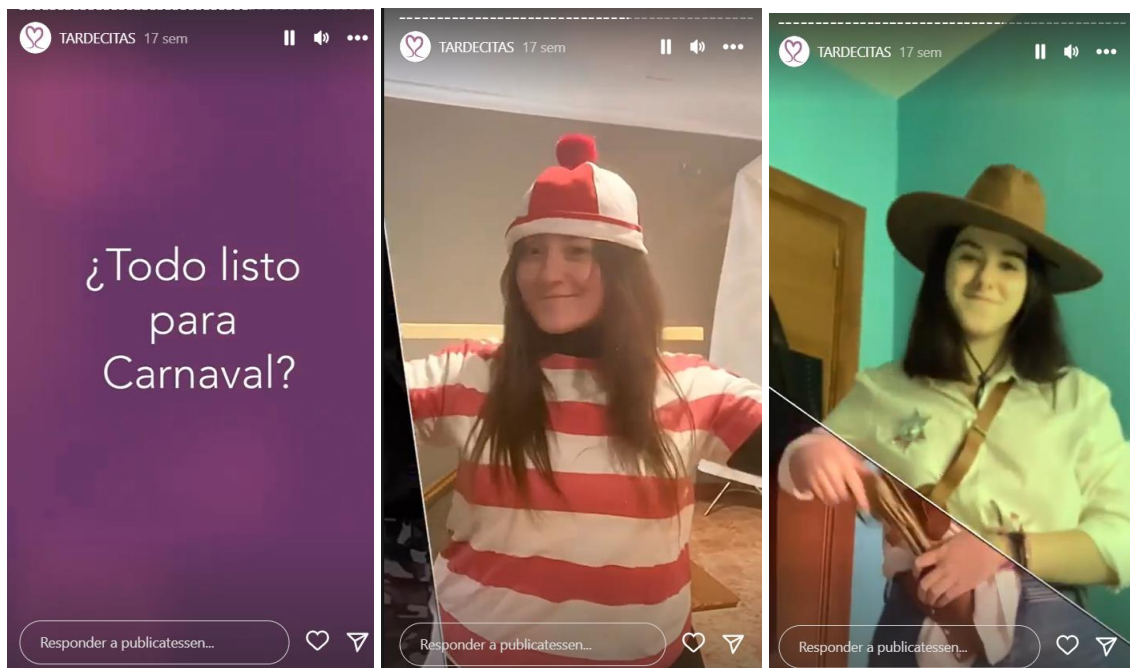
Nota: Uno de los cuatro *Tik Toks* publicados en esta plataforma donde aparecen alumnos de la facultad 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7200447141800692997>

Con el fin de promocionar la fiesta de carnaval, se editó una historia visual (figura 14) en la que varios miembros de la organización se disfrazaron y participaron en distintas escenas animadas. El objetivo principal era entusiasmar a la gente y motivarlos a asistir a la fiesta.

En la historia, se mostraron divertidas y llamativas imágenes de las personas disfrazadas, realizando bailes, gestos y animando a la audiencia. Se utilizó música alegre y se resaltó que, mediante el uso de disfraces y la participación de los miembros, podrían optar a varios premios: premio individual, una entrada a la fiesta de la paellada; premio grupal, 2 botellas de la marca *Holdmoser*.

Figura 14.
Video stories previo al carnaval



Nota: Composición de frames del video subido a las historias en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia. <https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/>

El Centro de Enseñanza Online, Formación e Innovación Docente de la Universidad de Valladolid, concedió a los alumnos del departamento de jornadas y audiovisuales, una formación en eventos y congresos, del 15 de febrero al 29 de marzo de 2023, con una duración de 25 horas. Este curso consistía en aprender y dominar las técnicas audiovisuales empleadas en diferentes eventos públicos: realización y *streaming*, proyección, microfonía, iluminación escénica. El objetivo era aplicar dichos conceptos en la gala final. Durante los días en los que sucedió el curso, se subió a las historias de Instagram (figura 15) un recopilatorio de videos de los distintos días.

Figura 15.
Curso de audiovisuales



Nota: Publicado en las historias de *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17981158372795798/>

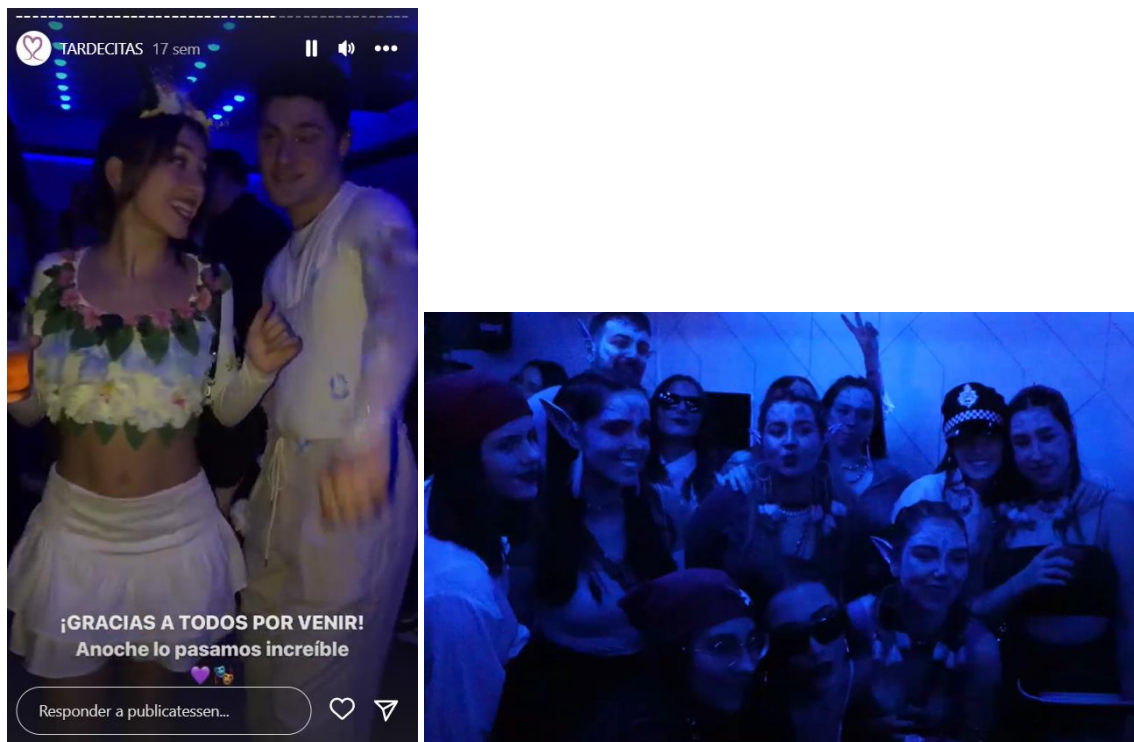
El 16 de febrero se organizó en colaboración con la discoteca Luna, una fiesta para celebrar el carnaval. En dicho evento, se premió a aquellos que se esmeraban con su vestimenta con un concurso de disfraces. Premios para el “mejor disfraz individual” y el “mejor disfraz grupal”.

Para hacer posible este evento, nos dividimos de la siguiente manera: tres integrantes del departamento se encargaron de capturar las imágenes esenciales utilizando cámaras, mientras que las otras dos integrantes se dedicaron a grabar material específico para la creación del *reels*.

El video *stories* (figura 16.1) que se creó combina las distintas imágenes grabadas durante la fiesta, y como fondo musical se utilizó la canción que más estuvo sonando en la fiesta: “*Carnaval*” de Maluma, eligiéndola como reflejo del ambiente festivo y animado que se

respiró en el evento. Para el *aftermovie*, (figura 16.2) decidimos utilizar la canción “*Bloody Mary*” de Trinix Remix. Esta elección fue pensada para crear una atmósfera energética y vibrante y mantuviera el interés del público al ver el video.

Figura 16.
Carnaval en Luna



Nota: Frames del *aftermovie* del carnaval en la discoteca Luna. El primero fue publicado en las historias de *Instagram* y el segundo en *Youtube* e *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/>

https://youtu.be/Lve_RQg8C5E

El 21 de febrero se llevó a cabo una feria de entidades y voluntariado organizada por el departamento de responsabilidad social corporativa en colaboración con la delegación del rector para la responsabilidad universitaria y la plataforma del voluntariado en Segovia. El principal objetivo de este evento era fomentar entre los estudiantes universitarios el interés por el voluntariado.

En la feria participaron más de quince organizaciones sin fines de lucro de amplio alcance tanto a nivel local como nacional, participantes como Cáritas, Asociación Autismo de Segovia, Cruz Roja, entre otros. Los alumnos de las tres facultades que conforman el

campus tuvieron la oportunidad de conocer a fondo las distintas organizaciones presentes y descubrir las actividades solidarias que llevan a cabo.

Después de interactuar con las organizaciones tuvo lugar una mesa redonda en el salón de grados de la segunda fase del campus. En esta mesa redonda se abordaron aspectos fundamentales del voluntariado universitario y se discutió el reconocimiento de créditos académicos con el mismo.

Se acudió a dicho evento para grabar diferentes imágenes con el objetivo de realizar un video resumen (figura 17.1) tanto para YouTube como para Instagram (figura 17.2), combinando las imágenes de manera dinámica y entretenida, mostrando así las actividades que tuvieron lugar ese día. Se decidió publicar este video en formato de reels en *Instagram*, una opción que permite compartir contenido de forma creativa y llamativa, con la canción “*Keeping Your Head Up*”, de la artista Birdy. En YouTube se abogó por una canción más formal, utilizando “*The Best Time*” de FIFTYSOUNDS. También, días previos se llevó a cabo un *making of* del montaje (figura 17.3), fue subido a las historias de Instagram.

Figura 17.
Feria de Entidades y Voluntariado



Nota: Recopilación de frames del *aftermovie* de la feria. El primero fue publicado en *Youtube*, el segundo en *Instagram* y el tercero en las historias de *Instagram* 2023. Fuente:

Elaboración propia

https://www.youtube.com/watch?v=lg_C6a-aaA0&t=4s&ab_channel=Publicatessen

<https://www.instagram.com/p/CpK6ScOMOr-/>

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/>

Una vez que conocimos a los presentadores de la gala final (Manuel Alonso, Celia Monteagut, Andrés Blanco) el departamento de comunicación decidió realizar una entrevista con ellos para compartir posteriormente en la red social Tik Tok. El objetivo de la entrevista era mostrar cómo estaban llevando a cabo su papel como presentadores y

también capturar su experiencia en esta edición. Al compartir la entrevista en Tik Tok, se busca involucrar a la audiencia generando interés en la gala final. Una integrante fue la encargada de editar dichos videos (figura 18).

Figura 18.
Tik Tok presentadores



Nota: Publicado en *Tik Tok* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7203418154964389125>

Durante la semana del 28 al 03 de marzo, el departamento de comunicación con la intención de dar visibilidad a todas las personas que formaron la feria de entidades y voluntariado agrupo a las distintas asociaciones con el fin de responder a una serie de preguntas sobre su entidad donde salieron preguntas tales como: quienes son, cuál es su lema, el tipo de voluntariado que ofrecen u algún consejo para incentivar a los jóvenes a hacer un voluntariado, entre muchas otras.

Para la grabación y edición de los cuatro videos, cada integrante del departamento asumió la responsabilidad de editar un video (figura 19) fomentando así la colaboración y la participación de todos los miembros que conforman el departamento.

Figura 19.

Tik Tok Feria de Entidades y Voluntariado



Nota: Publicado en *Tik Tok* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7205256223887904005>

Las mini jornadas organizadas el 08 de marzo, Día Internacional de la Mujer, contaron con la participación de dos psicólogas: Alicia González y Ainhoa Ballesteros, gracias a la colaboración de la Unidad de Igualdad de la Uva y el departamento de jornadas. Durante estas jornadas, se abordaron aspectos importantes sobre comportamientos tóxicos, como el respeto hacia nuestro espacio personal y establecer límites. El evento se llevó a cabo en el salón de actos del campus y se llenó por completo.

El lema de estas jornadas fue “Quiere y quíete mejor” impartándose a través de dinámicas de taller. Alicia y Ainhoa se aseguraron de que los asistentes se sintieran cómodos, como si estuvieran conversando con amigas de toda la vida. Esto propició que muchos espectadores reflexionaran a través de las preguntas planteadas y tomaran la iniciativa de intervenir, compartiendo sus experiencias personales con las dos profesionales. Varios jóvenes admitieron haber vivido al menos una relación tóxica en sus vidas, lo que llevó a las profesionales a resaltar la importancia de recurrir a expertos

cuando sea necesario, para sanar las heridas causadas por estas situaciones y reconstruirse tras estas experiencias. Después de cada intervención, se buscaba extraer aprendizajes relacionados con este tema y ofrecer consejos de cómo enfrentar esas situaciones.

Las charlas concluyeron con un concierto protagonizado por algunos estudiantes del grado de Publicidad y Relaciones Públicas, como Saioa Losada, Elvira Pérez, Sara Álvarez, Paula Joyanes, entre otras, interpretando canciones con mensajes feministas en honor al Día Internacional de la Mujer.

La grabación de imágenes, así como la producción de sonido e iluminación, estuvieron a cargo de las cinco integrantes del equipo. Se realizaron dos *aftermovies* combinando las grabaciones: uno corto se subió a Instagram (figura 20.1) y otro más largo (figura 20.2) se publicó en Instagram con la canción “*La Puerta Violeta*” de la artista Rozalén. Además, se realizó un breve resumen del video (figura 20.3) para compartirlo en las historias de Instagram, utilizando la canción “*Cosas moradas*” de las Ginebras. Al finalizar el evento, se realizó una entrevista a las dos profesionales para subirla a Tik Tok (figura 20.4). Estas preguntas estaban dirigidas a conocer más sobre ellas, abordando temas como qué las llevo a abrir su cuenta de Instagram, cuál es el factor clave para evitar relaciones tóxicas y qué debe hacer una persona para aprender a quererse mejor, entre muchas otras.

Figura 20.

Mini Jornadas del 8M



Nota: Recopilatorio de frames del 8M. El primero es el *aftermovie* corto publicado en *Instagram*, el segundo es el *aftermovie* largo publicado en *Youtube* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/CpsPisptbII/>

https://www.youtube.com/watch?v=57tAhkI_gkk&t=10s&ab_channel=Publicatessen



Nota: El primero fue publicado en las historias de *Instagram*, la entrevista fue publicada en *Tik Tok* 2023.

Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18257623426118613/>

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7211107856228158726>

El 12 de marzo, durante la media maratón de Segovia, el departamento de comunicación aprovechó la oportunidad para realizar una entrevista a Julio, el técnico de deportes de la Universidad de Valladolid. Esta entrevista fue parte de un Tik Tok (figura 21) que se creó con la finalidad de promocionar una de las categorías que se presentaría en Publicatessen, titulada “La vida con y sin deporte”.

En la categoría se buscaba utilizar un formato de pantalla partida para mostrar dos perspectivas distintas. Por un lado, se quería destacar lo que implica hacer deporte en la universidad, y, por otro lado, querían mostrar lo que significa el hecho de no hacerlo. La intención detrás de este vídeo era resaltar la importancia del deporte en la vida universitaria y cómo puede afectar positivamente en los estudiantes.

Figura 21.
Tik Tok Julio



Nota: Publicado en *Tik Tok* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7209721211503381766>

Con el fin de promocionar la fiesta de la paellada, se editó un video visual (figura 22) con imágenes de años anteriores, el cual se publicó en redes sociales el día 20 de marzo. El objetivo principal era recordar la fiesta y animar a la gente a unirse a la nueva edición.

En el video se mostraron imágenes llamativas de personas bailando, disfrutando de la paella, entre otras actividades. Juntos a estas imágenes se incluyeron los precios de la fiesta. Los tickets para el evento estuvieron disponibles los días 22 y 23 de marzo en el ágora de la universidad.

Se anunció que parte de la recaudación sería destinada para ayudar a las personas afectadas por los terremotos en Turquía y Siria. Se animó a los asistentes y seguidores a realizar donaciones para apoyar a aquellos que han sufrido los impactos de estos desastres naturales.

La canción utilizada como fondo musical fue “*Tremor*” del artista Dimitri Vegas, Martin Garrix y Like Mike. Una canción electrónica energética y popular.

Figura 22.
Publicación previa a la paellada



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

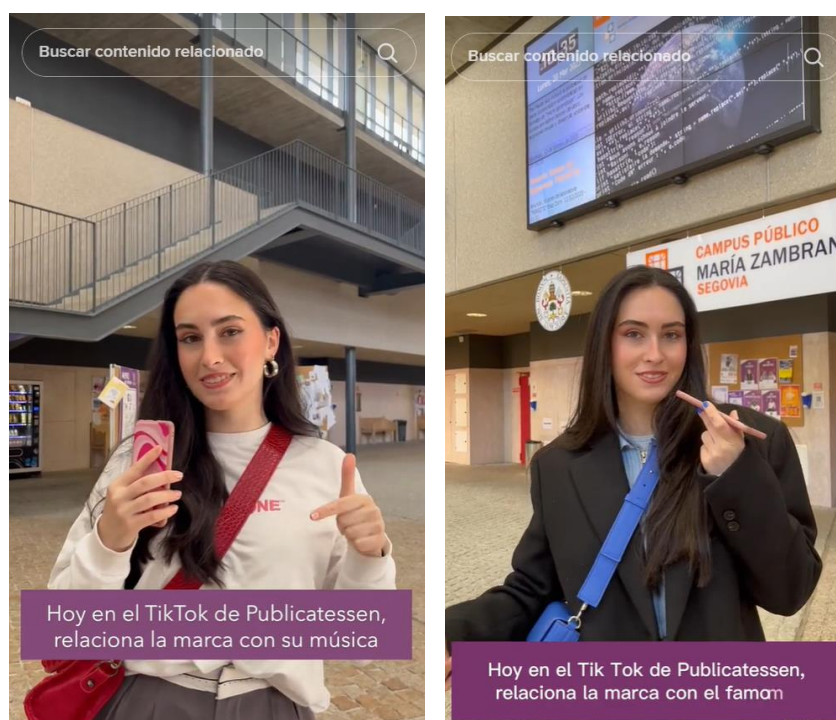
https://www.instagram.com/p/CqBcA0Uu-_/

Durante la semana del 20 al 29 de marzo, el departamento de comunicación lanzó un nuevo desafío en Tik Tok, de la mano de la entrevistadora Andrea Valiente, en el cual se crearon cuatro videos relacionado la marca con la música (figura 23.1). Estos videos tenían como objetivo establecer una conexión entre la marca y la música, así como asociarla con personas famosas (figura 23.2).

Durante las entrevistas realizadas para estos videos, el departamento de audiovisual incorporó en la edición elementos visuales y sonoros para hacerlas más atractivas y llamativas. Durante las entrevistas, los participantes debían relacionar la marca con celebridades como Selena Gómez, Paula Echevarría o Matías Pratt. Esto permitía establecer una conexión entre la marca y la imagen de estos famosos, aprovechando su popularidad para promocionar la marca.

Al finalizar las respuestas de los entrevistados, se proporcionaban datos adicionales relacionados con la marca. Esto ayudaba a fortalecer el mensaje dentro de los videos.

Figura 23.
Tik Tok nuevo trend



Nota: Frames de los dos *trends* distintos publicado en *Tik Tok* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7212567138337443078>

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7215964496387476763>

El 21 de marzo, junto con el departamento de Responsabilidad Social Corporativa, se llevaron a cabo diversas actividades. En primer lugar, se visitó la clase de 5º de primaria del colegio Diego de Colmenares, donde se realizó un taller de publicidad. Los niños seleccionaron al azar un objeto y dos adjetivos para crear un anuncio. Además, los alumnos presentaron piezas publicitarias, resultando ganador el equipo “Capibara”.

Por la tarde, se visitó la Residencia Hermanitas de los Pobres, donde se organizaron juegos diseñados para ejercitar la memoria en personas mayores y brindarles un momento agradable con los integrantes que fueron. Estas actividades tenían como objetivo activar la estimulación cognitiva, mejorar la calidad de vida de los residentes y mantener sus funciones ejecutivas.

Para estas acciones, el equipo se dividió de tal manera que dos miembros grabaron todas las imágenes por la mañana mientras que otros dos miembros diferentes lo hicieron por la tarde, utilizando dos cámaras. Se creó un *aftermovie* (figura 24.1) con el objetivo de

mostrar el compromiso social de Publicatessen en la sociedad segoviana, eligiendo la canción “*Time To Pretend*” de Lazer Boomerang como música de fondo. Además, se creó un *aftermovie* corto (figura 24.2) para ser compartido en Instagram con la misma canción, y se realizaron dos videos resumen para las historias de esta aplicación utilizando las canciones “*Sunny Day*” de Mr Tout Le Monde (figura 24.3) y “*Moments We Live For*” de In Paradise (figura 24.4).

Figura 24.
Distintas actividades



Nota: Frames de los dos *aftermovies* distintos publicados el primero en *YouTube* y el segundo en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

https://www.youtube.com/watch?v=v0J4DuBxl74&t=2s&ab_channel=Publicatessen

<https://www.instagram.com/p/CqTeYWuPIrn/>



Nota: Composición de las capturas de dos frames de los videos relacionados con la visita al colegio y a la residencia publicado en las historias de *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/>

El 23 de marzo, el equipo visitó la Asociación Protectora de Animales de Segovia, más concretamente la llamada “Luchando por los PPP’s”, quienes se dedican al cuidado y protección de animales abandonados, heridos y víctimas de maltrato, brindándoles atención veterinaria y todos los cuidados necesarios.

Además de cuidar a los animales, esta asociación aboga por cambios en las leyes y regulaciones relacionadas con los perros potencialmente peligrosos, con el objetivo de lograr una legislación más justa y equitativa que no discrimine a los animales basándose únicamente en su raza.

Para documentar esta visita, solo pudieron acudir dos integrantes del grupo a grabar todas las imágenes utilizando dos cámaras. Luego, se creó un video resumen (figura 25.1) que se compartió en las historias de Instagram. La canción utilizada para acompañar este video fue “*Si quieres*” del grupo Cariño. Además, se subieron otros dos videos a las plataformas de Instagram (figura 25.2) y YouTube (figura 25.3) bajo el lema de “*My Universe*” de Coldplay.

Esta acción tenía el objetivo de visibilizar la labor de esta asociación para concienciar a la gente sobre la importancia de proteger y cuidar a los animales, así como la adopción o colaboración con ellos en esta labor.

Figura 25.
Asociación Protectora de Animales



Nota: Video resumen publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/>



Nota: Composición de las capturas del *aftermovie* corto y largo subidos a *Instagram* y *Youtube* 2023.

Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/Cqc2o2eMNXa/>

https://www.youtube.com/watch?v=lyBS_mcMU9k&t=3s&ab_channel=Publicatessen

Este fue el segundo año después de pandemia que se pudo organizar una de las fiestas más populares entre los jóvenes como es la paellada, segunda vez consecutiva en esta edición, en colaboración con el Quiosco de San Roque.

El día del evento, el 25 de marzo, cuatro integrantes del departamento asistieron para grabar diversas imágenes utilizando tres cámaras, con el objetivo de obtener distintos planos. Estas grabaciones se recopilaron para crear un video resumen de la paellada en formato reels para Instagram (figura 26.1) y Youtube (figura 26.2). En este video se combinaron las distintas imágenes con la canción “*Where Have You Been*” versionada por Party Time Karaoke, que originalmente fue interpretada por Rihanna. Además, se grabaron diferentes planos con un teléfono móvil para ser compartidos en las historias de Instagram (figura 26.3), utilizando la canción “*Toro*” de El Columpio Asesino.

Con esto se buscaba capturar los momentos más especiales y la diversión con la que se vivió la paellada, y posteriormente compartirlos en las redes sociales para que más personas pudieran disfrutar y revivir la experiencia de este evento tan esperado después de un largo periodo sin poder celebrarlo debido a la pandemia.

Figura 26.
Paellada



Nota: Composición de las capturas del *aftermovie* corto y largo subidos a *Instagram* y *Youtube* 2023.
Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/CqfkJK5DboN/>

https://www.youtube.com/watch?v=KzLs5VMB_JQ&t=10s&ab_channel=Publicatessen



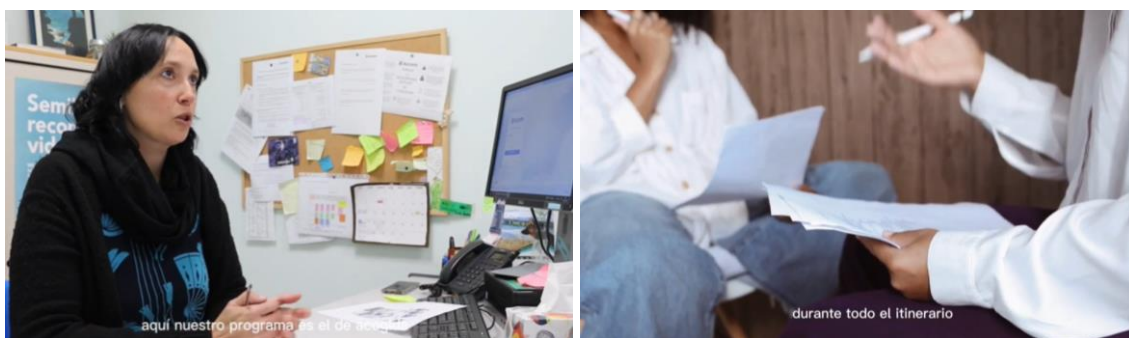
Nota: Video resumen publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/>

Con el fin de dar visibilidad a una de las asociaciones de la ciudad de Segovia, el departamento de audiovisuales junto al de responsabilidad social corporativa acudió a la sede para realizar una pequeña entrevista a una de las voluntarias. ACCEM es una organización sin ánimo de lucro que lleva trabajando 30 años a nivel estatal en la atención y acogida integral de países que cuentan con personas que desgraciadamente tienen que desplazarse forzosamente por las catástrofes naturales de esta área (ACCEM, 2023)

Por esta razón, decidimos realizar dos videos, uno fue publicado en Instagram a modo de resumen (figura 27.1), y el otro, más explícito con imágenes libres y grabadas por el equipo en YouTube (figura 27.2) para una amplia comprensión. Para la grabación de estas imágenes fue necesaria la utilización de cámaras y un micrófono para una correcta grabación de la voz de la voluntaria.

Figura 27.
Asociación ACCEM



Nota: Composición de capturas de frames del video corto subido a *Instagram* y el video largo subido a *YouTube* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://www.instagram.com/p/CqlgF5TDnRM/>

<https://youtu.be/fSzrUsqjv6I>

Durante la semana del 03 al 14 de abril, el departamento de comunicación continuó con la sección de “PIN-PON” en la red social Tik Tok (figura 28), creando 6 nuevos videos. Dicho departamento se encargó de crear sus propias versiones de preguntas y respuestas utilizando el efecto “PIN-PON”.

El objetivo era lograr un tono humorístico y divertido en los videos. Para ello, se utilizaron memes y reacciones para resaltar las respuestas de los participantes, lo que hacía que el contenido fuese más atractivo y entretenido para el público.

Figura 28.
Tik Tok paellada



Nota: Uno de los seis *Tik Toks*. Entrevista de Andrea Valiente hacia Laura Vielba en la paellada 2023.

Fuente: Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7220479686189616411>

Durante la realización de las jornadas del 17 al 20 de abril, el departamento de audiovisuales tuvo la responsabilidad de dirigir los aspectos técnicos: controlar las imágenes, el sonido y la iluminación de todas las ponencias, al mismo tiempo que recopilaba material audiovisual para la creación de los *aftermovies*. Estos *aftermovies* se editaban en el mismo día para ser subidos a la plataforma de Instagram, una vez montado el video se añadía un filtro morado. Para lograr todo esto, se realizó una perfecta distribución de tareas entre los cinco miembros del departamento.

Las jornadas contaron con la participación de un total de 27 profesionales, quienes ofrecieron conferencias e impartieron un total de 18 talleres. Estas actividades giraron en torno al lema del festival de este año: “*Liberté, Egalité, Fraternité y Publicité*”

El primer día de jornadas se celebraba con el tema de “*Liberté, la libertad del pensamiento y de la creatividad*”. Asistieron ponentes como Ana Isabel Terrés, marketing manager de DÍA Group; Rafael Fortis, director de la escuela creativa The Atomic Garden (TAG); Sofía Moreno, CEO de Hemisferio Derecho; Cristina Padilla, CEO de Ferve Studio, especializado en diseño; y Xavier Mira, creativo y fotógrafo. El *aftermovie* (figura 29) llevado a cabo para ese día fue rodado con la canción “*Sunny Day*” de Mr Tout Le Monde.

Figura 29.

Aftermovie llevado a cabo para el primer día de jornadas



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/p/CrJevrEtiaW/>

El segundo día de jornadas se celebró con el lema “*Egalité, la igualdad en la profesión*”, con la participación de Daniel Herranz y Javier Blanco, fundadores de Okami; Oscar Riego, CMO del festival Bombastic; Itziar Oltra, fundadora de Todo Es Marketing; Sara López y Álex Gutiérrez, fundadores de la agencia Saguaro; Francisco Moreira, director general de Digital Tech Events, junto a Sofía Corellano, marketing manager y Yanire Rubio, event coordinator; y Miguel Bayo, ex community manager de Ron Barceló y *content creator*. El *aftermovie* (figura 30) realizado para este día seguía el ritmo de la canción “*In Your Hands*” de FIFTYSOUNDS.

Figura 30.

Aftermovie llevado a cabo para el segundo día de jornadas



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/p/CrME1yjP8Rh/>

El tercer día de ponencias giró en torno a la “*Fraternité, la igualdad entre los trabajadores en las agencias*” contando con Paula Ruiz y Álvaro Chinchilla, fundadores de 2MILCOSAS; Gema Díaz de Pablo (copy senior) e Inés Figueras (directora de arte senior) de la agencia PS21 BARNA; los socios fundadores y directores generales creativos de la agencia La Despensa, Javier Carrasco y Miguel Olivares (actual director del festival Publicitario El Sol); Óscar Alonso, CEO de 72Kilos; y Neil Rodrigo; SVP LatAm director de Asylum Marketing. El *aftermovie* (figura 31) de este día se montó bajo la canción “*One on Only*” de Staylon.

Figura 31.

Aftermovie llevado a cabo para el tercer día de jornadas



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.instagram.com/p/CrOjBN7M9Tj/>

Para el último, y cuarto día de jornadas se basó en la “*Publicité, la revolución de las ideas*” con ponentes como Ana Nieto, trade marketing manager Jr de Grefusa; Alejandro Marcos, CMO de Team Herectics y Neil Rodrigo, SVP LatAm director en Asylum Marketing. Los cuatro días se cerraron con el concierto de un cantante segoviano ONLY. El *aftermovie* (figura 32) se montó bajo la canción “*Route 66*” de FIFTYSOUNDS, esta canción es reconocida por su ritmo animado y enérgico, resaltando así los momentos clave de las ponencias.

Figura 32.

Aftermovie llevado a cabo para el cuarto día de jornadas



Nota: Publicado en *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia

https://www.instagram.com/p/CrQj_N6uI-Z/

Para concluir con todas las ponencias, se hizo un *aftermovie* (figura 33) recopilando los cuatro días tan intensos que se vivieron. Con este video se quiso capturar los momentos más destacados, todas las conferencias, los talleres y la interacción entre los participantes. El *aftermovie* fue editado bajo la canción “*Discolored*” de Zayfall publicado en la red social de YouTube, brindando a la audiencia la oportunidad de revivir y disfrutar de la experiencia que supuso para ellos las jornadas.

Figura 33.

Aftermovie resumen de todas las jornadas



Nota: Publicado en *YouTube* 2023. Fuente: Elaboración propia

https://www.youtube.com/watch?v=G7pullPNO1c&t=36s&ab_channel=Publicatessen

Después del exitoso desarrollo de las jornadas, se llevó a cabo por el departamento de comunicación la realización de entrevistas a los ponentes que participaron tanto en el primer día como en el cuarto día del evento. Estas entrevistas (figura 34) fueron editadas por el departamento de audiovisuales teniendo como objetivo recopilar más información y perspectivas sobre los temas tratados, y brindar a la audiencia la oportunidad de conocer más de cerca a estas personas que participaron en las jornadas.

Figura 34.

Tik Tok entrevistas ponentes de las jornadas



Nota: Publicado en *Tik Tok* 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7224863713793232155>

La parte más complicada fue la realización de la bobina para la gala final debido a la importancia y la necesidad de coordinación y planificación precisa entre todos los miembros del departamento de audiovisuales y del departamento de gala. Aquí tienen que aparecer toda la secuencia de los proyectos finales realizados por todos los participantes del festival. La bobina debe tener una duración específica y debe fluir sin problemas. Esto implica tener una escaleta técnica (anexo 4) compleja, en la cual debe cumplirse con tiempos exactos: que cada presentación comience y termine en el momento adecuado y que no haya retrasos o interrupciones significativas. El primer video presentado fue un pequeño recordatorio de las categorías existentes en el festival (figura 35), este ayudo a

establecer el contexto y la estructura del evento, permitiendo que el público tuviese una visión general de las diferentes categorías presentes.

Figura 35.

Video presentación de la XV edición



Nota: Video perteneciente a la bobina 2023. Fuente: Elaboración propia

https://drive.google.com/file/d/16jG1gDSvq6P0UKGnZYizoGA_-Zx37aAF/view?usp=sharing

Para la presentación de los ganadores en la gala final de Publicatessen, se utilizó una cortinilla (figura 36) que incluía datos, como el nombre de la categoría y los nominados. Sin embargo, en el caso de los ganadores, se añadió la información sobre la pieza ganadora. Además, se seleccionó una música con ritmo y energía para acompañar estas cortinillas. La elección de la música tenía como objetivo potenciar la atención del público en cada categoría y mantener el ambiente emocionante y vibrante durante la presentación de la categoría.

Figura 36.

Cortinillas de los nominados y ganadores de las categorías



Nota: Cortinillas utilizadas en gala final 2023. Fuente: Elaboración propia

Este año, algo remarcable, fue la creación de Santa Publicita, un elemento significativo en el contexto del evento. Para la realización de este elemento gráfico, el departamento de diseño desempeñó un papel clave al colaborar en su creación y desarrollo.

El video (figura 37) contaba con dos voces en *off*, y el guion fue elaborado por el departamento de gala. Una vez que el guion fue leído, Fernando Aranguren interpretó a San Publicito y Silvia Carmen Calvo Arranz interpretó a Santa Publicita. El guion hacía alusión a la presentación de Santa Publicita y repasaba todo el proceso de organización del festival.

Figura 37.

Video de San Publicito y Santa Publicita presentando la gala



Nota: Santa Publicita y San Publicito recreados para la gala final 2023. Fuente: Elaboración propia
<https://drive.google.com/file/d/1whI4Wf8hBOcw-T7PfgqYTAjHSOIuJNSM/view?usp=sharing>

Este año fue la tercera vez que se realizó la gala de Publicatessen en el salón de actos del Campus María Zambrano. Esta decisión se tomó debido a motivos de infraestructura y logística, debido a esto, uno de los objetivos de esta edición era que fuese recordada de manera destacada, rememorando todas las ediciones pasadas en la gala final. Es importante destacar que, en sus inicios, Publicatessen se conocía como “La noche de la publicidad”. Con este trasfondo histórico, la gala final se transformó en un viaje por todas las ediciones pasadas lleno de nostalgia, donde los presentadores (figura 38) de ediciones pasadas quisieron ser partícipes.

El video fue editado con la voz en *off* de Fernando Aranguren, quién interpreto con anterioridad a San Publicito. Al concluir con la gala, se subió a las redes sociales de Instagram y YouTube (figura 39) para que la audiencia pudiese rememorarlo.

Figura 38.

Noche de la publicidad



Nota: Video realizado para la bobina de la gala final 2023. Fuente: Elaboración propia

<https://youtu.be/af3swW4yQI4>

Figura 39.

Video de presentadores de ediciones pasadas



Nota: Fragmento de la bobina. David Álvarez, presentador de la primera edición de Publicatessen 2023.

Fuente: Elaboración propia

En el video emotivo se tenía como objetivo mostrar la cara alternativa de Publicatessen, brindando al público una mirada detrás de escena de todo el proceso de organización del evento. Se pretendía revelar las reuniones, ensayos y fiestas que formaban parte del proceso, así como el proceso de filtrado para el concurso.

A través de este video (figura 40), se buscaba transmitir la dedicación, el trabajo en equipo y la pasión que implica llevar a cabo un evento como Publicatessen. Se mostraba la planificación y coordinación de reuniones, los ensayos para asegurarse de que todo estuviera en su lugar durante el evento y las celebraciones que generaban un ambiente de camarería entre los miembros.

El video contaba con la voz en *off* interpretada por Silvia Carmen Calvo Arranz con su tono emotivo, añadía un componente adicional de emoción y significado al video, potenciando la conexión emocional con el espectador y resaltando la importancia de cada uno de los momentos capturados en todos estos meses.

Figura 40.
Video emotivo



Nota: La Junta Directiva en el video emotivo durante la gala 2023.

Fuente: Elaboración propia.

https://www.youtube.com/watch?v=wn6PoeMX0Vk&ab_channel=Publicatessen

Con la intención de dar visibilidad a todas las personas que han formado parte del festival, se realizó la grabación y montaje de un video, en el cual fue necesario la coordinación de tiempos y disponibilidades con los distintos departamentos donde interpretaron la canción de la serie española “Aquí no hay quien viva”. (figura 41)

Para la grabación de este video se eligieron espacios públicos que mejor se adaptaran a la representación de cada departamento. Se realizaron tomas de los integrantes en diferentes lugares, utilizando los platos de la universidad como escenarios improvisados.

Con el fin de garantizar una mayor estabilización en las grabaciones, se utilizó un trípode para sostener la cámara, lo que permitió obtener imágenes más nítidas y de calidad. Se tardó 1 mes en la grabación y edición del video. Cada departamento interpretó la canción de manera creativa y con entusiasmo, mostrando la diversidad y el talento presente en los equipos.

Antes, fue necesario que los presentadores de la gala final dieran paso a este video, por ello, se realizó una grabación de estos para simular que estaban dando las noticias en un formato de video informativo. Este video aparte de pertenecer a la bobina, se subió posteriormente tanto a Instagram como a YouTube.

Figura 41.

Aquí no hay quien viva



Nota: Blanca y Larissa del equipo de comunicación interpretando la canción para la gala final 2023.

Fuente: Elaboración propia.

[https://youtu.be/ r7ycGB76L8](https://youtu.be/r7ycGB76L8)

Para concluir con la bobina de la gala final, una integrante del departamento de audiovisuales se encargó de los créditos finales (figura 42). Donde se añadieron elementos comunes tales como, agradecimientos especiales, equipo de producción, presentadores, colaboradores, patrocinadores, bobina y grafismo, realización del *streaming*, entre otros.

Figura 42.
Créditos finales



Departamento de RSC

Ana Carreño Bolla
Carlota Gómez López Ipiña
Carlos Ruiz Pérez
Luis Sanz Fischer
Cristina Gobantes Lejárraga

Departamento de Gala

Saioa Losada Beorlegui
Sofía Fernández Uña
María Carnero Fernández
María Mena Domínguez

Nota: Fragmento de los créditos finales realizados para la gala final 2023. Fuente: Elaboración propia.

Al terminar la gala final de Publicatessen, el departamento de comunicación llevo a cabo entrevistas a los ganadores, donde el departamento de audiovisuales les dio forma creando así 3 nuevos videos (figura 43). El objetivo de estas entrevistas era obtener información de primera mano de los ganadores y compartir su experiencia con la audiencia.

Durante las entrevistas, se les preguntó sobre cómo surgió la idea que los llevo a la victoria, si creían que todo esfuerzo tenía su recompensa, y en que planeaban invertir el dinero del premio. Además, se exploró en algunos casos si la idea ganadora había surgido en el último momento, o tenía un proceso detrás. Todo esto permitió que los ganadores compartieran su proceso creativo, reflexionaran sobre el valor del esfuerzo y la recompensa.

Figura 43.
Tik Tok ganadores



Nota: Fragmentos de las entrevistas realizados a los ganadores de las categorías 2023. Fuente:
Elaboración propia.

<https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7224863713793232155>

Tras haber finalizado la decimoquinta edición de Publicatessen, se llevó a cabo un *aftermovie* (figura 44) de la gala para que todos los integrantes y participantes pudiesen recordar lo vivido en aquella fecha tan especial. Una integrante del departamento fue la encargada de recopilar todas las imágenes pertinentes para su posterior edición. Fue subido tanto a Instagram como a YouTube, bajo la canción “*Stay*” de Zedd & Alessia Cara.

Figura 44.
Aftermovie de la gala de Publicatessen



Nota: Fragmento del *aftermovie* de la gala, donde aparece Belén Del Cazo. Publicado en *YouTube* e *Instagram* 2023. Fuente: Elaboración propia.

<https://youtu.be/zTcDtJiYrNg>

8. Resultados

Para analizar correctamente nuestra labor en esta edición se realizó un análisis de las piezas emitidas en Instagram con relación a tres variables:

- Engagement: se refiere al nivel de interacción que los usuarios tienen con el contenido, calculándose la ratio de interacciones totales de una publicación dividido por el alcance total de esa publicación, multiplicando por mil. Esto nos ayuda a medir la efectividad y la relevancia de nuestras publicaciones.
- Impresiones: esta métrica brindará información sobre el número total de veces que los videos han sido vistos por los usuarios de la plataforma. Ayudándonos a comprender el alcance y la visibilidad que han tenido nuestras publicaciones.
- Alcance: nos indicará la visibilidad y la difusión de los videos. Número de cuentas únicas que han sido alcanzadas y han visto dicha publicación.

Tabla 5: Análisis de los resultados de las piezas audiovisuales subidas a Instagram. 2023

Video	Engagement	Impresiones	Alcance
Presentación XV (historia)	35.76%	1083	1064
Previa San Frutos (historia)	36.86%	1350	1198
<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	186.25%	5413	4090
Desayuno solidario (historia)	34.7%	1192	1038
Vermú Kotaho (historia)	41.2%	1351	1236
<i>Aftermovie</i> Vermú Kotaho	95.44%	2995	1941
La boda (historia)	40.6%	1363	1211
<i>Aftermovie</i> Xmas Market	110.58%	3455	2444

Xmas Market (historia)	42.5%	1391	1299
Campanadas (historia)	38.06%	1177	1164
<i>Aftermovie</i> Campanadas	198.61%	5836	4365
Revolución solidaria. Niños (historia)	29.8%	949	895
Revolución solidaria. Residencia. (historia)	36.4%	1206	1127
<i>Aftermovie</i> revolución solidaria	124.8%	3943	2988
Estampitas de la suerte (historia)	37.46%	1136	1124
Publicación estampitas de la suerte	187.6%	5902	4478
San Valentín – ITS	124.43%	3622	2598
Curso de audiovisuales (historia)	36.6%	1048	1008
Promoción de la fiesta de carnaval (historia)	24.19%	771	740
Carnaval (historia)	32.9%	1040	1013
<i>Aftermovie</i> carnaval	147.81%	4679	3696
Making of de la feria de entidades y	30.9%	1054	988

voluntariado (historia)			
Feria de entidades y voluntariado (historia)	18.7%	606	573
<i>Aftermovie</i> feria de entidades y voluntariado	108.36%	3446	2405
Mini Jornadas 8M (historia)	28.7%	907	872
<i>Aftermovie</i> Mini Jornadas 8M	1023.75%	32.926	26.096
Publicación previa a la paellada	334.03%	10.734	7878
Colegio Diego de Colmenares (historia)	31.93%	1019	988
Residencia Hermanitas de los Pobres (historia)	25.8%	837	797
Paellada (historia)	43.54%	1349	1312
<i>Aftermovie</i> actividades	91.66%	2837	1845
Protectora de animales (historia)	30.64%	986	942
ACCEM (historia)	29%	933	896
<i>Aftermovie</i> protectora de animales	92.27%	2921	2052
<i>Aftermovie</i> paellada	90.06%	2826	1902
<i>Aftermovie</i> ACCEM	82%	2619	1842

<i>Aftermovie</i> Jornadas día 1	134.8%	4151	2896
<i>Aftermovie</i> Jornadas día 2	116.95%	3610	2437
<i>Aftermovie</i> Jornadas día 3	102.83%	3193	2261
<i>Aftermovie</i> Jornadas día 4	111.81%	3492	2385
Aquí no hay quien viva	262.09%	8016	5868
Historia de Publicatessen	68.09%	3501	2685
Video emotivo	107.56%	3319	2298
<i>Aftermovie XV</i> Gala	284.83%	8922	7170

Fuente: Elaboración propia

Al tener una cantidad de 3250 seguidores en la cuenta de Instagram, se puede observar e interpretar en la tabla, como el engagement de las publicaciones alcanzó niveles muy altos, estableciendo una media muy superior a la que otros años se ha conseguido. En cambio, las historias no tuvieron tanto engagement.

Las piezas creadas lograron captar la atención e involucrar a los usuarios, lo que a su vez generó fidelización hacia la cuenta. En la mayoría de las visualizaciones de los videos superan el número de seguidores, lo cual puede interpretarse como un éxito en términos de alcance, implicando que el contenido llegó a un público más amplio que no necesariamente se encontraba dentro del target del festival.

Al evaluar los videos publicados en YouTube, se tomarán en cuenta distintas métricas:

- Visualizaciones: indica el número total de reproducciones que ha obtenido el video. Representa cuántas veces se ha reproducido el contenido por parte de los usuarios.

- Impresiones: refleja la exposición del video ante los usuarios, cuántas veces ha sido mostrado y la cantidad de oportunidad que ha tenido de ser visto.
- Visualización por impresiones: indica el número de personas que han reproducido el video después de que se les haya mostrado como una sugerencia en YouTube. Esta métrica es bastante importante para medir la efectividad del video en captar la atención de los usuarios y generar el suficiente interés como para que decidan reproducirlo.
- Duración media: muestra el tiempo promedio que una persona pasa viendo el video.
- Alcance: es una métrica importante para evaluar la penetración y el impacto de una publicación, ya que indica cuántas personas únicas han tenido la oportunidad de ver el contenido.

Tabla 6: Análisis de los resultados de las piezas audiovisuales subidas en YouTube. 2023

Video	Visualizaciones	Impresiones	Visualización por impresiones	Duración media	Alcance
<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	66	644	21	0:39	59
<i>Aftermovie</i> Vermú Kotaho	87	865	40	1:01	72
<i>Aftermovie</i> campanadas	94	1700	53	0:41	56
<i>Aftermovie</i> carnaval	64	659	22	0:57	38
<i>Aftermovie</i> feria de	31	914	12	0:20	28

entidades y voluntariado					
<i>Aftermovie</i> Mini Jornadas 8M	64	2100	41	0:43	52
<i>Aftermovie</i> actividades	36	551	15	0:35	29
<i>Aftermovie</i> protectora de animales	148	3800	106	0:37	123
<i>Aftermovie</i> paellada	99	1200	43	0:51	82
<i>Aftermovie</i> ACCEM	37	1300	24	0:55	31
Aquí no hay quien viva	62	1300	45	0:42	57
<i>Aftermovie</i> XV Gala	58	3800	34	1:41	51
<i>Aftermovie</i> Jornadas	38	1000	12	0:33	34
El origen de Publicatessen	14	901	10	1:01	12
Video emotivo	46	1500	33	0:32	41

Fuente: Elaboración propia

La audiencia que consume contenido en YouTube es muy diversa, abarcando diferentes rangos de edad, debido a la variedad de contenido disponible en la plataforma. Esto significa que cualquier persona puede encontrar lo que busca en YouTube. Es interesante observar que, a pesar de la segmentación del target en dicha plataforma, los datos indican que las visualizaciones de los videos no logran alcanzar ni siquiera al número total de suscriptores (249) del canal. Esto puede ser un indicio de que nuestro público objetivo

está centrado en otras redes sociales como puede ser Instagram, acostumbrados a videos más cortos y dinámicos.

Respecto a la duración media, se puede observar cómo es corta, esto indica que los usuarios abandonan rápidamente el video, suponiendo que el contenido no les resulta interesante o relevante.

En base a los videos publicados en Tik Tok se tendrá en cuenta para su análisis:

- Engagement: indica como los usuarios están interactuando y participando con el contenido. Incluye acciones como “me gusta”, comentarios, compartidos y visualizaciones completas en los videos.
- Impresiones: conteo total de veces que los usuarios han visto la publicación.

Tabla 7: Análisis de los resultados de las piezas audiovisuales subidas en Tik Tok. 2023

Video	Engagement	Impresiones
Presentación XV edición	18.98	4371
Pin Pon 1	43.96	6118
Pin Pon 2	35.52	4448
Pin Pon 3	33.31	5073
Pin Pon 4	47.30	14.100
Pin Pon 5	21.54	3435
Pin Pon 6	23.74	5096
Pin Pon 7	27.79	5001
Pin Pon 8	31.59	7407
Pin Pon 9	22.59	3718
Pin Pon 10	18.66	4554
Pin Pon 11	22.53	3728
Entrevista alumno 1	25.8	16.300
Entrevista alumno 2	15.43	4730
Entrevista alumno 3	35.81	6590
Entrevista alumno 4	33.25	21.800

Xmas Market	17.15	5481
San Valentín 1	53.08	2430
San Valentín 2	56.17	1157
San Valentín 3	61.74	1895
San Valentín 4	56.30	1332
Entrevista con presentadores	36.06	1414
Entrevista con presentadores	38.80	773
Asociación Amanecer	62.62	990
Fundación ANAR	40.95	1001
Asociación Europe Direct	33.37	869
Asociación La liga de la Leche	15.10	993
Deportes Uva	51.01	1039
Entrevista 8M	57.38	1185
Marca con su música 1	35.14	5008
Marca con su música 2	26.21	2060
Marca con el famoso 1	26.08	3028
Marca con el famoso 2	25.54	1918
Pin Pon Paellada 1	45.74	1574
Pin Pon Paellada 2	50.53	930
Pin Pon Paellada 3	59.71	1658
Pin Pon Paellada 4	46.48	3098
Pin Pon Paellada 5	60.25	2340
Pin Pon Paellada 6	45.07	1575
Tik Tok entrevistas ponentes 1	48.40	1219
Tik Tok entrevistas ponentes 2	32.88	1399
Tik Tok entrevistas ponentes 3	42.92	4356

Tik Tok entrevistas ponentes 4	16.52	2179
Aquí no hay quien viva	59.2	10.000
Historia de Publicatessen	38.30	731
Video emotivo	66.39	964

Fuente: Elaboración propia

Esta red social es conocida por su amplia audiencia y por la relación informal y distendida entre los usuarios. Es una plataforma que se adapta para satisfacer las necesidades de los jóvenes, ya que la generación Z se caracteriza por tener períodos de atención cortos y buscar constantemente contenido nuevo, breve, directo e inmediato. Por esta razón, los formatos creativos que mejor acogida han tenido han sido las entrevistas a jóvenes de la universidad en el evento de San Valentín o *el trend* de Pin Pon en la paellada. El resto de los videos no han generado tan buenos resultados, ya que los usuarios rechazan el contenido de marca pulido de aspecto publicitario, al contrario de lo que sucede en otras plataformas como Instagram (Greenwald, 2021), con una media de engagement del 38.2%, un porcentaje más alto respecto al año pasado.

9. Conclusiones generales

Instagram ha sido la red social joven que más ha revolucionado el panorama de las redes sociales. Su enfoque en la visualización de contenido y su capacidad para adaptarse a las preferencias de los usuarios ha hecho que se convierta en una de las aplicaciones más populares en todo el mundo. En el proyecto que presentamos: el Festival Publicatessen, se ha desarrollado una comunicación en la que los usuarios han participado de una manera más activa permitiendo desarrollar una interacción entre el Festival y el usuario a través del arte y la creatividad haciendo que el concepto -arte y comunicación- se fusionen.

Este proyecto se presenta como un vínculo potente entre la universidad y los alumnos, gracias a la alta implicación del profesorado en fomentar la comunicación y el aprendizaje. El festival ofrece a los alumnos de cuarto una ventana anticipada al mundo laboral, permitiendo pulir los conocimientos y competencias necesarias para el ámbito profesional. Además, puede ser un impulso para obtener oportunidades de empleo, ya que cada vez más empresas conocen la existencia del festival.

Publicatessen ejemplifica de manera contundente la relevancia de las prácticas extracurriculares para enriquecer la formación de los estudiantes, al tiempo que ofrece una oportunidad para dar visibilidad a la universidad y despertar el interés de potenciales futuros alumnos.

El uso de herramientas, como *Google Drive*, para compartir documentos y videos internos, facilitó y agilizó los procesos interdepartamentales. El departamento de comunicación y el departamento de audiovisuales contaban con un drive compartido, lo que hizo que mejorará la colaboración y eficiencia.

Con el objetivo de asegurar el crecimiento continuo del festival, es importante recomendar a los futuros integrantes que sean consecuentes con su decisión de participar. Aunque sea una actividad voluntaria, es un compromiso serio que representa a los alumnos y requiere un esfuerzo considerable por parte de todos.

Formar parte del departamento de audiovisuales nos ha brindado una gran oportunidad para adquirir conocimientos en producción, gestión, realización y edición de proyectos audiovisuales.

Para finalizar, me gustaría citar una frase del grupo español *Love of Lesbian (2021)*: “la nostalgia siempre deja frágil”, pues encapsula de manera perfecta los sentimientos encontrados al reflexionar sobre mi experiencia en esta organización.

Formar parte de este evento no solo me brindó la oportunidad de poner en práctica todos los conocimientos teóricos y habilidades adquiridas durante mi grado de Publicidad y Relaciones Públicas, sino que también dejó una marca profunda en mí gracias a la pequeña familia que se ha construido a lo largo del proceso.

Cada paso dado en la planificación y ejecución del evento fue una oportunidad para aprender, crecer y enfrentar desafíos. Desde la producción y gestión como realización y edición de proyectos, cada tarea fue una oportunidad para poner en práctica las teorías y estrategias aprendidas en el aula. Pero más allá de los aspectos técnicos y académicos, lo que realmente hizo que esta experiencia fuera especial fue el equipo con el que tuve el privilegio de trabajar. Juntos compartimos risas, desafíos, momentos de estrés y también celebraciones. Nos apoyamos mutuamente y nos convertimos en una pequeña familia unida por nuestra pasión porque todo saliese correctamente.

Ahora, al finalizar este trabajo no puedo no sentir nostalgia por los momentos vividos. La nostalgia de recordar momentos de diversión y de crecimiento personal y profesional. Sin embargo, aunque la nostalgia pueda dejarnos frágiles, también nos recuerda la importancia de los lazos que hemos creado.

10. Bibliografía

- Accem (20 de mayo de 2023) Conócenos. Accem <https://www.accem.es/conocenos/>
- Alcaide, J.C (2023). El 60% de los usuarios utilizan internet para informarse. *Marketing News*. <https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1169894031605/60-de-usuarios-utilizan-internet-informarse.1.html>
- De Casas-Moreno, P; Tejedor-Calvo, S; Romero-Rodríguez, L. M. (2018) Micronarrativas en Instagram: Análisis del storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del ámbito de la comunicación, en *Revista Prisma Social* nº20, 2018, pp. 40-57.
- Deleuze, G. (1983). *La imagen - movimiento. Estudios sobre cine*. (I. Agoff, Trad.) Ediciones Paidós
- Díez M.C. & García I. (2010) Percepción de metodologías docentes y desarrollo de competencias al EEES. *Boletín de Psicología*. Num 99. 45-69
- Europapress (23 de marzo de 2023) La revolución publicitaria. Liberté, Égalité, publicité', lema del XV Festival Universitario 'Publicatessen'. *Europapress*. <https://acortar.link/6CICak>
- Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación (14 de febrero de 2023) Desayunos solidarios. *Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación* <https://sjc.uva.es/event/desayuno-solidario-2/>
- Fernández, E., Bernardo, A., Suárez, N, Cerezo, R., Núñez, J. y Rosário, P. (2013). Predicción del uso de estrategias de autorregulación en la educación superior. *Anales de Psicología*, 29(3), 865-875 doi:10.6018/analesps.29.3.139341.
- Fontcuberta, J. (2016) *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- García Martín N., García Martín A., Núñez Cansado M (2022) El Festival Publicatessen: herramienta para la integración de competencias académicas y profesionales. *Human Review*. V.11.3890. 2-14. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3890>
- Greenwald, M. (1 de abril de 2021). Audience, Algorithm And Virality: Why TikTok Will Continue To Shape Culture In 2021. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/michellegreenwald/2021/04/01/audience-algorithm-andvirality-why-tiktok-will-continue-to-shape-culture-in-2021/?sh=43bcd90b2af7>
- Hu, Y; Manikonda, L; Kambhampati, S. (2014). *What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types*. Arizona State University.
- Ibáñez Huete , M. (6 de junio de 2005) En los momentos de crisis. *La Paseata*. <https://lapaseata.net/2020/07/21/imaginacion-crisis/>

Love of Lesbian (2021). *Sesenta memorias perdidas* [Canción]. En *V.E.H.N (Viaje épico hacia la nada)*. Warner Music Spain.

Pardo, A. (2000). La creatividad en la producción cinematográfica. *Comunicación y sociedad*. 13 (2), 227-249)

Real Decreto de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias. Grado de Adaptación Bolonia. BOE núm. 260. A-2007-18770

Serrano, J. C. (2013). Production Research: el nuevo rol profesional para nuevos tiempos en la gestión de la información audiovisual. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 79-89.

ANEXOS

ANEXO I

ORGANIGRAMA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA XV EDICIÓN DEL FESTIVAL PUBLICATESSEN

Figura 1.

Organigrama de la XV edición del festival de Publicatessen



Fuente: Elaboración propia

ANEXO II

TABLA CON ENLACES DE LAS PUBLICACIONES AUDIOVISUALES DE LA XV EDICIÓN DEL FESTIVAL PUBLICATESSEN

Tabla 1: Piezas audiovisuales realizadas para redes sociales junto a sus enlaces 2022.

PIEZAS AUDIOVISUALES REALIZADAS DURANTE LA EDICIÓN			
Pieza	Acción	Medio	Enlace
1	Presentación XV edición	Tik Tok y <i>stories</i> de Instagram	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7157340119265987845
2	<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	Instagram y <i>stories</i> de Instagram	https://www.instagram.com/reel/CkTNkLkxyl/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA== https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/
3	Desayuno solidario	Video <i>stories</i> Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
4	<i>Aftermovie</i> previa San Frutos	Youtube	https://youtu.be/rwMuZ72MAwU
5	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7163257215531371781
6	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7164726110117235973
7	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7165816839547702534

8	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/166579185702423814
9	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/167300362255305990
10	Vermú Kotaho	Instagram y stories de Instagram	https://www.instagram.com/reel/ClgopVHsRLi/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA== https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/
11	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/168413748519095557
12	La boda	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
13	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/169276543410179333
14	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/169896685412404486
15	<i>Aftermovie</i> Vermú Kotaho	Youtube	https://youtu.be/_qOIYOkFU8M
16	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/171494656184831237

17	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7171749508374678790
18	Pin Pon	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7172638060075617542
19	Entrevista alumno	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7175467664247246085
20	Entrevista alumno	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7176190572787404037
21	Xmas Market	<i>Stories</i> Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/
22	Entrevista alumno	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7177129555885362437
23	Campanadas	<i>Video stories</i>	https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/
24	Entrevista alumno	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7177728062858038533
25	Revolución solidaria. Niños	<i>Video stories</i> Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
26	Revolución solidaria. Residencia	<i>Video stories</i> Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
27	Xmas Market	Instagram y Tik Tok	https://www.instagram.com/reel/CmbajnXqzA/?utm_source=ig_web

			_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA== https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7179552819861654789
28	<i>Aftermovie</i> Campanadas	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/CmenvHXqQaj/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA== https://youtu.be/hJX_SvMtD_k
29	<i>Aftermovie</i> revolución solidaria	Instagram	https://www.instagram.com/reel/Cm6mNNuqJkZ/?utm_source=ig_web_copy_link
30	Estampitas de la suerte	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/7934488105428933/
31	Estampitas de la suerte	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CnfEnDZKpZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==
32	San Valentín - ITS	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CpArKb2rdGp/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==
33	Recordatorio previo carnaval	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/7934488105428933/

34	San Valentín	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7200447141800692997
35	Curso de audiovisuales	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17981158372795798/
36	Carnaval	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17934488105428933/
37	San Valentín	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7201166550756248838
38	<i>Aftermovie</i> carnaval	Instagram	https://www.instagram.com/reel/Co2zzxiAKKu/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==
39	<i>Aftermovie</i> carnaval	Youtube	https://youtu.be/Lve_RQg8C5E
40	San Valentín	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7202608582972558597
41	San Valentín	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7203057033996717318
42	Making of de la feria de entidades y voluntariado	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
43	Entrevista con presentadores	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7203418154964389125

44	Feria de entidades y voluntariado	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
45	Entrevista con presentadores	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7204802612342885638
46	<i>Aftermovie</i> feria de entidades y voluntariado	Youtube	https://youtu.be/Ig_C6a-aaA0
47	<i>Aftermovie</i> feria de entidades y voluntariado	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CpK6SeQMO_r-/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==
48	Asociación Amanecer	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7205256223887904005
49	Fundación ANAR	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7206733285978918150
50	Asociación Europe Direct	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7207440925805628677
51	Asociación La liga de la Leche	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7208230103472491782
52	Mini Jornadas 8M	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/18257623426118613/
53	<i>Aftermovie</i> Mini Jornadas 8M	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/CpsPisptbII/?utm_source=ig_web_cop

			y_link&igshid=MzRIO DBiNWFIZA== https://youtu.be/57tAhk I_gkk
54	Deportes Uva	Tik Tok	https://www.tiktok.com/ @publicatessen/video/7 209721211503381766
55	Entrevista 8M	Tik Tok	https://www.tiktok.com/ @publicatessen/video/7 211107856228158726
56	Marca con su música	Tik Tok	https://www.tiktok.com/ @publicatessen/video/7 212567138337443078
57	Publicación previa a la paellada	Instagram	https://www.instagram. com/reel/CqBcA0Uu- /?utm_source=ig_we b_copy_link&igshid=M zRIODBiNWFIZA==
58	Marca con su música	Tik Tok	https://www.tiktok.com/ @publicatessen/video/7 213414239824809221
59	Colegio Diego de Colmenares	Video stories Instagram	https://www.instagram. com/stories/highlights/1 7974294564931235/
60	Residencia Hermanitas de los Pobres	Video stories Instagram	https://www.instagram. com/stories/highlights/1 7974294564931235/
61	Paellada	Video stories	https://www.instagram. com/stories/highlights/1 7934488105428933/
62	Marca con el famoso	Tik Tok	https://www.tiktok.com/ @publicatessen/video/7 215234883369618694

63	<i>Aftermovie</i> actividades	Instagram y Youtube	https://youtu.be/v0J4DuBxl74
64	Protectora de animales	Video stories Instagram	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
65	Marca con el famoso	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7215964496387476763
66	ACCEM	Video stories	https://www.instagram.com/stories/highlights/17974294564931235/
67	<i>Aftermovie</i> protectora de animales	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/Cqc2o2eMNXa/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA== https://youtu.be/lyBS_mcMU9k
68	<i>Aftermovie</i> paellada	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/CqfkJK5DboN/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA== https://youtu.be/KzLs5VMB_JQ
69	<i>Aftermovie</i> ACCEM	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/CqlgF5TDnRM/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA== https://youtu.be/fSzrUsqjv6I

70	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7217901104305098011
71	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7218631836421999899
72	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7219607982445776154
73	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7220479686189616411
74	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7221229679959641350
75	Pin Pon Paellada	Tik Tok	https://www.tiktok.com/@publicatessen/video/7221974399379868934
76	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 1	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CrJcvrEtiaW/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==
77	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 2	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CrME1yjP8Rh/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==
78	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 3	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CrOjBN7M9Tj/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==

79	<i>Aftermovie</i> Jornadas día 4	Instagram	https://www.instagram.com/reel/CrQj_N6uI-Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA==
80	<i>Aftermovie</i> XV Gala	Instagram y Youtube	https://www.instagram.com/reel/Crf9VjMrrWS/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA== https://youtu.be/zTcDtJiYrNg
81	<i>Aftermovie</i> Jornadas	Youtube	https://youtu.be/G7pullPNO1c

Fuente: Elaboración propia

ANEXO III

TABLA CON ENLACES A LAS PIEZAS AUDIOVISUALES DE LA BOBINA DE LA XV EDICIÓN DEL FESTIVAL PUBLICATESSEN

Tabla 2: Piezas audiovisuales realizadas para la bobina de la gala final junto a sus enlaces 2023.

PIEZAS AUDIOVISUALES PARA LA BOBINA		
Pieza	Acción	Enlace
1	Video presentación de la XV Edición	https://drive.google.com/file/d/16jG1gDSvq6P0UKGnZYizoGA_Zx37aAF/view?usp=sharing
2	Cortinillas de los nominados y ganadores	https://drive.google.com/file/d/169stIpiVC3oJsPezTexqxy9WvKUI9WhC/view?usp=sharing
3	Video de San Publicito y Santa Publicita	https://drive.google.com/file/d/1whI4Wf8hBOcw-T7PfgqYTAjHSOIuJNSM/view?usp=sharing
4	Video inicio del avión	https://drive.google.com/file/d/1UZeV3WMb0VG9vUS64OHNNWUOPz76dLgt/view?usp=sharing
5	Noche de la publicidad	https://www.instagram.com/reel/Crns mFusZSY/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==
6	Video presentadores de ediciones pasadas	https://drive.google.com/file/d/12uJfluCCmpMwWbUvYc6_wn86gNTrGrj4/view?usp=sharing
7	Video emotivo	https://www.instagram.com/reel/CrqorV5L3Bu/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==

8	Video informativo	https://drive.google.com/file/d/1WaKHPoDm_tB-7g6I8u54yQocOLbROFnV/view?usp=sharing
9	Aquí no hay quien viva	https://www.instagram.com/reel/Crd76tMp9AI/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==
10	Créditos finales	https://drive.google.com/file/d/1eRpZPsAkBqKYnpexKFESI5T8oxSSsBwV/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO IV

ESCALETA PARA LA GALA FINAL DE LA XV EDICIÓN DEL FESTIVAL DE PUBLICATESSEN

Figura 2.

Escaleta de XV edición de la gala final del festival de Publicatessen

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCE/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO	LEYENDA
ACOMODACIÓN		Entran los espectadores			Musica de fondo		Telón cerrado, comienzo de la gala a las 18:30h.		Micrófono 1 (M1): Manu
PRESENTACIÓN DJ		Se abre el telón, entrada DJ				Foco Javi Torres, Luces de salón apagadas	Prevenidos M1, M2, M3		Micrófono 2 (M2): Andrés
CANCIÓN	Público	Entrada de los presentadores cantando: M1 escaleras, M2 puerta izq, M3 puerta derecha		M1, M2, M3	3. A quién le importa Fangoria	Luz de escalera, luz escenario, Foco pasillo			Micrófono 3 (M3): Celia
	Escenario	M1: "Buenas noches..."		M1, M2, M3		Luz escenario			
	Escenario	Todos: "¡QUÉ COMIENCE LA REVOLUCIÓN!" patada de celda		M1, M2 y M3		Rafaga de luz	M2 sale por la izquierda, M1 y M3 por la derecha		Micrófono 4 (M4): Mago
	Escenario	Video revolución	VIDEO INTRO A LA GALA			Solo pantalla			
	Escenario	Manu sale por la derecha y presenta premio	Tema	M1, Atril		Luz escenario	Prevenidas Alcaldesa y Ana		

Nota: Parte 1 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCE/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO	
ESCENA 1	ENTREGA PREMIO TEMA								
	Escenario	Celia sale por la derecha y presenta premio	Logo	M3, Atril		Luz escenario	Prevenidos Rector e Iñigo		
	ENTREGA PREMIO LOGO								
	Escenario	Agradecer a los patrocinadores	Se ven todos los patrocinadores	M1, M2 y M3			M2 entra por la izquierda, M1 y M3 por la derecha		
	Escenario	Salen Matilla y Marta Laguna a hablar		Atril			M2 sale por la izquierda, M1 y M3 por la derecha		
ESCENA 2	Escenario	Momento llave colocada en medio del escenario		M1, M2, M3		Foco a la llave en el centro	M2 entra por la izquierda, M1 y M3 por la derecha		
	Escenario	Video San Publicito	VIDEO SAN PUBLICITO			Solo pantalla	M1, M2 salen por la izquierda y M3 por la derecha		
	Escenario	M3: "Nenes estoy preparada..."		M3			Entra M3 por el lado derecha con una maleta		

Nota: Parte 2 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ESCENA 3	Escenario	M2: "¿Has oído eso...?"		M1 y M2			Entran M1 Y M2 por la izquierda	
	Escenario	M1: "Oye de verdad..."		M1, M2,M3			M3 entra por la derecha con las zapatillas en la mano	
	Escenario				DJ música	Foco a DJ	Salen por la izquierda M1, M2, M3 se sientan en las butacas M1, M2 y M3 bailan	
	Escenario	Cabina del avión	Video cabina avión		Voz cabina del avión	Foco pasillo y pantalla	Prevenidos apagar micros de presentadores	
	Escenario		VÍDEO PRIMEROS AÑOS PUBLICIDAD					
ESCENA 4	Escenario	M2:" No me lo puedo creer..."		M1, M2 Y M3			M1,M2, M3 aparecen sentados en las butacas.	
	Escenario	M1:" Pero Cariño..."		M2			M2 sube al escenario por el centro. M1 y M3 por la izquierda	
	Escenario	M1:"¿El acuetrucho..."		M2, Atril			M2 se va por la derecha. Prevenidos entrega premios y ganador	

Nota: Parte 3 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ENTREGA PREMIO PODCAST								
ESCENA 5	Escenario	M3: "Vamos a descansar un poco que las chicas de gala..."		M1,M2, M3			M1 Y M3 entran por la izquierda y M2 por la derecha	
	Escenario	M2: Invita a subir al escenario y Discurso Tierra de Sabor		M2, Atril			Prevenidos entrega premio y ganador	
ENTREGA PREMIO TIERRA DE SABOR EVENTO								
ESCENA 6	Escenario	M2: "Ey chicos, me he puesto"		M1,M2 Y M3			M2 y M1 entra por derecha M3 por la izquierda	
	Escenario	Video presentadores 1º promo	Video presentadores				Prevenidos micros	
	Escenario	M3:" Qué emoción..."		M1, M2 y M3			M2,M1 salen por izquierda M3 por la derecha	
ENTREGA PREMIO EX-ALUMNOS								
	Escenario	Voz en off y Magia de Álvaro de Andrés		M4	Voz en off y musica de ambiente sin copyright		Álvaro sale por la izquierda (M4)	
	Escenario	M1" Creo que me acabo de enamorar..."		M1, M2 y M4			M1 y M2 entran a escena por la	

Nota: Parte 4 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ESCENA 7	Escenario	M1" Creo que me acabo de enamorar.."		M1, M2 y M4			M1 y M2 entran a escena por la izquierda	
	Escenario	Escena rosa Manu	Pantalla rosa	M1	Música romántica instrumental	Luces rosas, Foco pasillo	M1 y M2 salen a escena por la izquierda	
	ENTREGA PREMIO METAVERSO ESI VALLADOLID							
ESCENA 8	Escenario	M2 "Que bonita gala estamos teniendo..."		M2 y M3			M2 entra de por la izquierda y M3 desde la derecha	
	ENTREGA PREMIO CUÑA LIBRE							
ESCENA 9	Escenario	M1: " Andrés yo no..."		M1, M2 Y M3			M3 entra por la derecha y M1, M2 por la izquierda. M1 sale por la izquierda y M3, M2 por la derecha	
	ENTREGA PREMIO INTERNACIONAL							
ESCENA 10	Escenario	M1 entra haciendo deporte M2 Y M3 estan en el sofá	Video haciendo deporte	M1,M2,M3	Canción sin copyright para manu	Mini apagón sutil para diferenciar escenas	M2, M3 entran por la derecha, M1 entra por la izquierda	
	Escenario	Discusión fútbol M2 y M3		M2,M3			la derecha y M1 sale por la izquierda	
	Escenario	Caída M1		M1, M2, M3			Prevenido Julio Deportes Uva	

Nota: Parte 5 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ENTREGA PREMIO DEPORTES UVA								
ESCENA 11	Escenario	M2: "Qué Importante es..."		M2			M2 entra por la derecha	
	Escenario	M1: " Yo hacia ballet"		M1			M1 entra por la izquierda	
	Escenario	Entra DJ Javi Torres			Poner música Get you the moon-snow última frase M1" o no les		Entra DJ por la derecha	
	Escenario	M3 discurso sobre los estereotipos...		M3		Foco a M3	M1 sale por la izquierda y M2 por la derecha. M3 entra por la derecha	
	Escenario	M2: "Bien dicho, amiga..."		M2			M3 sale por derecha. M2 sale por la izquierda	
	Escenario	Bailan las chicas de la uni			Música DJ	Luces de ambiente escenario		
ESCENA 12	Escenario	M2: "Espectacular, que grupazo..."		M1,M2,M3	Música DJ reggaeton sin copyright		M1 y M2 entran por la izquierda y M3 entran por la derecha	
	Escenario	M2: "Quizá Manu no..."		M2			M1,M3 salen por la derecha. M2 sale izquierda	

Nota: Parte 6 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ENTREGA PREMIO FOTOGRAFÍA								
ESCENA 13	Escenario	Escena ASMR		M3.		Foco Atril	M3 entra por la derecha	
	Escenario	M2: "¿qué haces?"		M2			M2 entra por la izquierda.	
	Escenario	Categoría Virtual UVA		M1 y M3.			M2 y M3 salen por la izquierda	
ENTREGA PREMIO VIRTUVA								
	Escenario	Se cierra el telón					Se quita la mesa de DJ Javi Torres	
ESCENA 14	Escenario	M2 y M3 buscan a Manu como locos		M1,M2,M3			M3 y M2 entran por el centro	
	Escenario	M1: "¡No puedo..."		M1,M2,M3		Foco al jamón y M1	M1 esta en el público. M2 y M3 salen por la izquierda M1 por la derecha	

Nota: Parte 7 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ENTREGA PREMIO POR UN EMOJI DEL JAMÓN								
ESCENA 15	Escenario	M3: "¡Ay! el pelirrojo..."		M1,M2,M3	Notificación del Be Real		M3 y M2 entra por la izquierda y M1 por la derecha	
	Escenario			Atril		Foco atril (18 y 21)	M3 y M1 salen por la izquierda. M2 por la derecha	
ENTREGA PREMIO DUPLA CREATIVA								
ESCENA 16	Escenario	M1: "Técnicos por favor..."		M1		Apagón de luces	M3 y M1 entra por la izquierda y M2 por la derecha	
	Escenario	Aparecen acuetruchos trucho libre y trucho imitación	VIDEO ALUMNOS VELAZQUEZ	M1, M2 y M3		Solo pantalla	M3 y M1 salen por la izquierda y M2 por la derecha	
	Escenario	M2: "Y ahora si..."		M1,M2	Redoble de tambores		M1 entra izquierda y M2 entra por la derecha	
	ENTREGA PREMIO TRUCHO IMITACIÓN							
	Escenario	M1: "libre, yo soy libre"		M1				

Nota: Parte 8 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
ENTREGA PREMIO TRUCHO LIBRE								
Escena 17	Escenario	M2 "Estoy nervioso..."	VÍDEO EMOTIVO	M2, M1 y M3			M2 entra por la derecha M1 y M3 entran por la izquierda	
	Escenario	M2: "Vamos allá, uno de los premios"		M2				
	Escenario	Discurso Marian y Alberto		Atril		Luces atril (18, 21 y 5 1/2)	M2 sale por la derecha y M1,M3 sale por la izquierda	
ENTREGA PREMIO DEPARTAMENTO								
ESCENA 18	Escenario	M2: "Hola jefazos..."		M2			M2 entra y sale por derecha. Prevenidos Carmen y Edu	
	Escenario	Hablan Carmen y edu		M2, Micro inalámbrico			M2 sale por la izquierda	
	Escenario	M2: "Es el momento de..."		M1, M2, M3 Micro inalámbrico	Música de feria sin copyrigh		M1, M2 y M3 entran por la izquierda	
SORTEO								
	Escenario	M3: "Bueno bueno bueno..."		M1, M2, M3			Prevenida Saioa coordinadora de gala	
	Escenario	Entra Saioa en escena para presentar a Rodrigo		Atril			Prevenido Rodrigo	

Nota: Parte 9 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

PARTE	LOCALIZACIÓN	ACCIÓN	VIDEO/BOBINA	MICROS	MÚSICA	LUCES/SITUACIÓN	OBSERVACIONES	MINUTADO
	Escenario	Discurso Marian y Alberto		Atril		5 1/2)	sale por la izquierda	
ENTREGA PREMIO DEPARTAMENTO								
ESCENA 18	Escenario	M2: "Hola jefazos..."		M2			M2 entra y sale por derecha. Prevenidos Carmen y Edu	
	Escenario	Hablan Carmen y edu		M2, Micro inalámbrico			M2 sale por la izquierda	
	Escenario	M2: "Es el momento de..."		M1, M2, M3 Micro inalámbrico	Música de feria sin copyrigh		M1, M2 y M3 entran por la izquierda	
SORTEO								
ESCENA FINAL 19	Escenario	M3: "Bueno bueno bueno..."		M1, M2, M3			Prevenida Saioa coordinadora de gala	
	Escenario	Entra Saioa en escena para presentar a Rodrigo		Atril			Prevenido Rodrigo	
	Escenario	M2: "Os acordáis de cómo..."		M1, M2, M3				
	Escenario	Llave en la vitrina	Créditos		MÚSICA	Foco Vitrina	M1, M2, M3 salen por la izquierda	
FINAL								

Nota: Parte 10 de la escaleta 2023. Fuente: Elaboración propia

