



La organización de un festival cinematográfico: Teoría vs. Práctica

El caso del Festival de Cortos SCC Express

Tutora: Marta Pulido Polo

Alumno: José Vázquez González

Universidad de Sevilla

Facultad de Comunicación

Septiembre, 2019

1 INTRODUCCIÓN	3
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	3
1.2 OBJETIVOS	4
1.3 HIPÓTESIS	4
1.4 METODOLOGÍA	5
2 MARCO TEÓRICO	6
2.1 RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	6
2.2 LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS Y EVENTOS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS	12
2.2.1 LA TEORÍA DE LA DIANA	15
2.3 CONCEPTOS CLAVES	15
2.3.1 CEREMONIA, CEREMONIAL Y PROTOCOLO	16
2.3.2 ACTO Y EVENTO	16
2.3.3 PERSONALIDAD Y AUTORIDAD	17
2.3.4 EL ANFITRIÓN	18
2.3.5 PRECEDENCIA Y PRESIDENCIA	19
2.3.6 DONACIÓN, MECENAZGO Y PATROCINIO	20
2.3.7 CRONOGRAMA	21
2.3.8 PUBLICITY	22
2.4 PLANIFICACIÓN Y TAREAS	23
2.5 EQUIPOS Y DEPARTAMENTOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	23
2.6 EL PERFIL DEL ORGANIZADOR DE EVENTOS	24
2.7 LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	25
2.7.1 DOCUMENTOS Y CONCEPTOS CLAVES EN LA GESTIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	26
3. ANÁLISIS	28
3.1 LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL	28
3.2 EL FESTIVAL DE CORTOMETRAJES SCC EXPRESS	31
3.2.1 OBJETIVOS	33
3.2.2 PLANIFICACIÓN Y TAREAS	34
3.2.3 PÚBLICOS, INVITADOS, MECENAS Y COLABORADORES	35
3.2.4 BÚSQUEDA DE PERSONALIDADES PARA EL JURADO	38
3.2.5 RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MATERIALES Y DOCUMENTOS	39
3.2.6 CRONOGRAMA	42
3.2.7 GALA DE CLAUSURA	43
3.2.5.1 RECEPCIÓN DE INVITADOS	43
3.2.5.2 ESTRUCTURA	44

3. 2. 5. 3 DISCURSO	45
3. 2. 8 EVALUACIÓN	46
4. CONCLUSIONES	51
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
6. ANEXOS	61
6.1 ANEXO 1. BASES DE LA II EDICIÓN DEL FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS	61
6. 2 ANEXO 2. DOSSIER CAPTACIÓN DE COLABORADORES	64
6. 3 ANEXO 3. NOTAS DE PRENSA	69
6. 4 ANEXO 4. RESUMEN DE PRENSA (PRESS CLIPPING)	73
6.5 ANEXO 5. CRONOGRAMA	77
6. 6 ANEXO 6. DISEÑO GRÁFICO	84
6. 7 ANEXO 7. MATERIAL PARA LOS PARTICIPANTES	89
6. 8 ANEXO 8. MATERIAL JURADO	94
6. 9 ANEXO 9. DISCURSO INICIAL GALA DE CLAUSURA	96
6. 10 ANEXO 10. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS PARTICIPANTES	98
6. 11 ANEXO 11 “SEATING TEATRO VICTORIA”	105

1 INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En la última década, el número de festivales de cine, ya sea en versión de largometraje o cortometraje, ha crecido notablemente superando los 400 (Araujo y Domínguez, 2012). Y este crecimiento es lógico, si tenemos en cuenta la importancia de estos y los beneficios que pueden repercutir para las ciudades organizadoras. Los festivales culturales, dentro de los que englobamos los festivales de cine, suponen una apuesta dinámica por la cultura y el patrimonio cultural. Además,

los festivales no solo cumplen su papel tradicional como institución que permite presentar, difundir o preservar la cultura de una sociedad, sino que destacan también por su capacidad para generar riqueza en las ciudades donde se celebran, por su contribución a la diversificación del producto turístico o a la mejora de la imagen del lugar (Devesa, Báez, Figueroa y Herrero, 2012).

Para algunos autores, los festivales de cine tienen una importancia mucho más grande, ya que “juegan un papel fundamental, aunque muchas veces no reconocido, en la historia del cine” (Vallejo, 2014, p.14). Los festivales cinematográficos tienen dos factores que destacan: el cultural y el económico (en lo que respecta sobre todo al turismo). Más adelante, veremos cómo estos dos factores sirven de pilares para el Festival de Cortos SCC Express.

Entendemos, pues, que un festival de cine no sólo constituye la organización de un evento, sino que requiere un trabajo riguroso y formado acerca de imagen corporativa, branding, protocolo, diseño gráfico, gestión de relaciones con medios de comunicación... La amplitud de áreas tratadas, y el estudio de sus consecuencias y repercusión, hace de la organización de un festival de cine un tema de estudio con interés académico y universitario. La oportunidad de abarcar tantas áreas en un mismo trabajo, apoyándonos en un análisis de caso en primera persona, será enriquecedor para todos aquellos que quieran conocer los entresijos de uno de estos festivales culturales.

1.2 OBJETIVOS

Una vez expuesta la justificación del tema, es necesario detallar cuáles son los objetivos que seguiremos durante el trabajo. El objetivo principal es:

- Observar la realidad de cómo se organiza un festival cultural, en concreto un festival cinematográfico, confrontando las teorías existentes con la práctica.

Por otro lado, planteamos una serie de objetivos secundarios, que nos faciliten el análisis del trabajo y la consecución del objetivo principal:

- Realizar un marco teórico sólido que aglutine todos los conocimientos necesarios sobre la organización de un festival de cine.
- Conocer el contexto sociocultural en el que se desarrolla la vida de la Sociedad Centro Cultural y del festival.
- Estudiar el origen del festival, su implicación en la vida de la localidad, y su progresión futura.
- Identificar las etapas organizativas de un festival cinematográfico a través del estudio del caso “Festival de Cortos SCC Express”.
- Analizar el impacto que ha tenido la aplicación metodológica de los conocimientos teóricos en la organización de la segunda edición del festival, en lo que respecta a la primera.
- Medir la presencia del festival y la localidad en los medios de comunicación.
- Evaluar el grado de satisfacción de los participantes, autoridades y colectivos implicados.

1.3 HIPÓTESIS

A partir de los objetivos detallados, y de la experiencia obtenida en la observación participante de la primera edición, planteamos la siguiente hipótesis:

“En el marco de la organización de un festival cinematográfico, la variable económica influye significativamente en la consecución de todas las etapas, procesos y materiales

que, según las teorías de los distintos autores, son necesarias en la organización de un festival cinematográfico”.

1.4 METODOLOGÍA

Para la consecución de los objetivos propuestos, y la refutación o corroboración de la hipótesis enunciada, este trabajo hará uso de la investigación cualitativa. El planteamiento de nuestra investigación, en contraposición a la metodología cuantitativa, no consiste en comprobar empíricamente que la teoría ya existente es cierta, sino entender por qué lo es, y analizar qué aspectos sufren variaciones al llevarlo a la práctica.”Mientras mejor entienda el investigador el punto de vista del actor social, mejor la descripción y mejor la ciencia” (Reyes, 1999, p.76). A lo largo de este trabajo, esa será nuestra principal tarea: convertirnos en el actor social al frente de la organización de un festival cinematográfico.

Para ello, emplearemos dos técnicas de investigación principalmente: la observación participante y el estudio de casos. La observación participante es “una manera de realizar investigación, que coloca al investigador en medio de la comunidad que está estudiando” (Angrosino, 2012, p.20).

El estudio de caso consiste en la recopilación y posterior análisis de toda la información sobre una entidad. A través del estudio de caso, se puede teorizar y formular las preguntas necesarias para posteriores estudios que se circunscriban a temáticas similares. (Reyes, 1999, p.84). Si bien no podemos generalizar, y afirmar que la realidad de todos los festivales sea la observada en el Festival de Cortos SCC Express, nuestras conclusiones pueden servir de hipótesis a refutar para el estudio de otros festivales. La intención de este trabajo es detallar en profundidad las etapas, profesos y entresijos de la organización de un festival.

Parte de la información que recopilaremos en el estudio de caso será a través de los documentos de la organización. Estos documentos, que lo conforman desde correos internos de la misma, hasta notas de prensa o las bases propiamente dichas, facilitan la

aproximación al objeto de estudio. Además, el análisis de estos documentos completa a la perfección la observación participante. Si bien el observador podía impregnar de subjetividad el entorno, o un entrevistador podría condicionar las respuestas del entrevistado, los documentos a analizar no se han constituido en una relación investigador-objeto de estudio, por lo que no estarán “contaminados” ni influidos (Corbetta, 2012, p. 375).

Se ha recurrido por otro lado a la entrevista en profundidad del presidente de la Sociedad Centro Cultural, entidad organizadora del festival, y del director del festival, quien también ejerce de tesorero de la Sociedad, algo que ha proporcionado datos muy relevantes pertenecientes a la organización interna del festival. Estas entrevistas se han llevado a cabo de forma continuada durante todo el período previo y posterior al festival, por lo que se ha obtenido información de gran calidad e interés para el trabajo.

Por último, también se encuestará a los participantes una vez finalizado el festival. Dicha encuesta tiene como objetivo conocer su grado de satisfacción, qué aspectos positivos encuentran en el festival y qué mejorarían. La encuesta en este caso se usará con respuestas abiertas por lo que la obtención de resultados será cualitativa.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La definición de las relaciones públicas, desde su nacimiento (o el nacimiento de actividades proto-relacionistas), ha sido un tema de debate ante la diversidad de opiniones de los autores. Aún hoy, la variedad de aproximaciones al concepto es bastante extensa. Uno de los grandes investigadores de la historia de las relaciones públicas, Rex F. Harlow, revisó 472 definiciones de autores sobre el concepto de Relaciones Públicas, dando lugar a una definición común:

Las relaciones públicas son una clara función de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación mutuas, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; involucra la solución de

asuntos y problemas; ayuda a la dirección a mantenerse informada y receptiva ante la opinión pública; define y realza la responsabilidad de la dirección respecto al interés público; ayuda a la dirección respecto al interés público, ayuda a la dirección a mantenerse alerta para utilizar los cambios eficazmente sirviendo de sistemas de alerta anticipada para adelantarse a las tendencias; y usan la investigación y el sondeo así como las técnicas de comunicación ética como sus principales herramientas (Castillo, 2009, p.16).

Años antes de esta definición (1976), James Gruning, uno de los padres de las relaciones públicas, teorizó sobre los distintos modelos que las empresas empleaban al llevar a cabo la práctica de las relaciones públicas. Estos modelos serían el resultado de la combinación de dos dimensiones: la dirección y el equilibrio de los efectos perseguidos (Xifra, 2005, p.73). Los modelos resultantes son:

- El modelo de agente de prensa. El profesional se basa en la desinformación, el envío de información incompleta y deformada. Es un modelo de comunicación unidireccional.
- El modelo de información pública. La entidad difunde información, sin necesidad de tener un objetivo persuasivo. El profesional actúa como periodista.
- El modelo asimétrico bidireccional. En este modelo, el profesional estudia a sus públicos con el fin de poder influir en ellos. Aunque la comunicación es bidireccional, de la entidad a sus públicos y viceversa, la organización no modifica su comportamiento como resultado de las relaciones públicas.
- El modelo simétrico bidireccional. Al contrario que en el modelo anterior, del diálogo entre organización y sus públicos, ambos deberían modificar su comportamiento para llegar a un punto de encuentro común.

(Xifra, 2003, p. 9-11)

Antes de ahondar en el segundo término que da nombre a este epígrafe, la comunicación, es necesario comprender que las relaciones públicas se estructuran y son un proceso en sí. Las relaciones públicas son, por lo tanto, un conjunto de acciones, cambios o funciones que implican un resultado (Wilcox, Cameron y Xifra, 2010, p.10)

Algunos autores consideran que este proceso está constituido por diversos pasos, agrupados en dos niveles:

NIVEL 1	A) El profesional de las relaciones públicas se informa, a partir de diversas fuentes, sobre el problema
	B) El profesional de las relaciones públicas analiza esta información y hace recomendaciones a la dirección.
	C) La dirección toma las decisiones pertinentes sobre políticas y acciones.
NIVEL 2	D) El profesional de las relaciones públicas ejecuta un programa de acción
	E) El profesional de las relaciones públicas valora la eficacia de la acción emprendida

Tabla de elaboración propia. Basada en Wilcox et al, 2010, p. 10-11

Una de las formas más comunes de describir el proceso de las relaciones públicas es a través del método RACE (IACE en español), acuñado por John Marston. Según este método, las relaciones públicas se compondrían de cuatro elementos claves: Investigación, Acción, Comunicación y Evaluación. La investigación, etapa que en muchas ocasiones los pseudo-profesionales evitan, es la pieza clave ya que supone la detección del problema y marcará el camino a seguir para la solución del mismo. La segunda etapa, análisis y acción, se concreta con el establecimiento de una estrategia y la planificación de las distintas actividades y tácticas necesarias para la resolución del problema. La etapa de comunicación, que a la par congrega comunicación interna y externa, se solapa en el tiempo con las dos anteriores. Concretar qué mensaje se quiere transmitir, y hacerlo llegar, es uno de los aspectos más importantes en el día a día de un publicirrelacionista. Por último, el apartado de evaluación trata de medir de forma objetiva la consecución de los objetivos y las posibles desviaciones ocasionadas (Xifra, 2005, p.84-86). Aunque este método en sí podría ser las bases de un trabajo de investigación completo, en estas líneas se ha trazado un esquema básico de cómo debería trabajar el profesional de relaciones públicas en su día a día.

El especialista italiano Roggero defiende en *Las Relaciones Públicas* que la comunicación es la materia prima de la que se nutren las relaciones públicas (Solano, 1999, p.179). Solano también recoge en su obra el debate entre Informar y comunicar, pero, tal y como hemos dicho antes, el objetivo de este trabajo es simplificar al máximo todos los debates para llegar a una aproximación eminentemente práctica. Por lo tanto, tendremos en cuenta el concepto *comunicar*.

“Comunicación” significa, por una parte, [...] acción o efecto de poner en común, de hacer “como uno”, lo que antes era diverso y plural, y, de otra, acción o efecto de suministrar con o junto a [...]

Por lo que concluye que comunicación puede entenderse como el hecho de poner algo en común al proveer o suministrar algo (información o elemento significativo) a alguien. (Solano, 1999, p. 181)

No es de extrañar que la PRSA (Public Relations Society of America) establezca como actividades básicas de las relaciones públicas la *publicity* y las relaciones con la comunidad (Arceo, J. L., 2003, p.17). Si bien el concepto de *Publicity* lo desglosaremos en profundidad en el apartado 2.3, adelantamos que está estrechamente vinculado a la difusión de mensajes a través de medios. La relación entre *publicity* y la definición de Solano, por lo tanto, tiene una base común inequívoca. Por otro lado, en lo que respecta a las relaciones con la comunidad, las organizaciones procurarán promover actividades con la comunidad en la que se encuentran, y estas deberán ser comunicadas y serán un vehículo de comunicación en sí mismas.

Comunicación es un concepto tan amplio que para entenderlo en su totalidad es necesario clasificar las distintas formas. Jose Luis Arceo hace una breve clasificación al hablar de comunicación masiva o colectiva, y comunicación interpersonal . La comunicación colectiva es “aquella producida simultáneamente entre un emisor y un número relativamente elevado de individuos”, la masiva es similar, pero necesita obligatoriamente los medios de comunicación de masas como canal. Muchas organizaciones priorizan y sólo dan importancia a este tipo de comunicación (muy vinculado con la *publicity*). La comunicación interpersonal, se da entre un emisor y un número reducido de receptores, sin necesidad de que la información le llegue

simultáneamente, y es en las relaciones públicas donde esta modalidad comunicativa tiene su máxima relevancia (Arceo, J. L., 1998, p. 12- 15). Compartimos la opinión de Arceo sobre todo teniendo en cuenta que, en las primeras fases de organización de un Festival de cortometrajes, los acuerdos y negociaciones son fundamentales para sentar las bases de este proyecto. Por otro lado, muchos de estos acuerdos necesitan de una notoriedad previa (sobre todo en lo que respecta a la captación de patrocinadores y colaboradores).

En cuanto a los receptores de este proceso comunicativo, partimos de la base que ante distintas modalidades de comunicación, encontramos distintos públicos receptores. Muchos autores se han aventurado a ofrecer una clasificación sobre los distintos públicos, y aunque todas difieren en los pequeños detalles, de todos podemos atisbar la siguiente estructura: públicos internos, que pertenecen a la organización y están muy interesados en ella (directivos, personal, voluntarios, socios, etc); públicos externos, que no pertenecen a la organización y que su vinculación con esta puede o no existir (clientes, inversores potenciales, etc); y mixtos o intermedios, comprendidos por los públicos que tienen cierta vinculación e interés por la organización (Míguez, 2010, p.68-69). Una de las clasificaciones más completas, y que por tanto detallaremos a continuación, es la que presenta Seitei. Para este, los públicos pueden clasificarse según varias categorías que se solapan:

CATEGORÍA	PÚBLICOS
INTERNOS Y EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> ● Públicos internos: se encuentran dentro de la organización. ● Públicos externos: no están conectados directamente con la organización.
PRIMARIOS, SECUNDARIOS Y MARGINALES	<ul style="list-style-type: none"> ● Públicos primarios: son los que más pueden ayudar o perjudicar a los esfuerzos de la organización. ● Públicos secundarios ● Públicos marginales
TRADICIONALES Y FUTUROS	<ul style="list-style-type: none"> ● Los empleados y los consumidores son los públicos tradicionales. ● Los consumidores potenciales formarían parte del público futuro.

DEFENSORES, OPOSITORES Y NO COMPROMETIDOS	Una institución debe tratar de forma distinta a quienes la apoyan que a quienes se oponen a ella. Para los defensores, las comunicaciones deben reforzar el mensaje. Para los cambiantes, la comunicación debe ser mucho más fuerte y persuasiva.
VALORES Y ESTILOS DE VIDA	<ul style="list-style-type: none"> ● Los realizados (actualizers), son los que tienen la mayor riqueza y poder. ● Los satisfechos (fulfilleds), que tienen muchos recursos y son profesionales o jubilados con principios. ● Los creyentes (believers), que son satisfechos pero sin recursos. ● Los exitosos (achievers), que tienen muchos recursos y les importa su status. ● Los luchadores (strivers), que no tienen los recursos de los exitosos pero que también les importa su estatus. ● Los experimentadores (experincers), que tienen muchos recursos y les preocupa la acción, además de estar dispuestos a asumir riesgos. ● Los forzados (strugglers), que son los que tienen menos recursos.

Tabla de elaboración propia. Basado en Sitei, 2002, p.17-18

Entendemos que una de las acciones intrínsecas a la comunicación, y que está estrechamente relacionada con las relaciones públicas es la de relacionarse. Relacionarse con la comunidad en la que una entidad se encuentra es beneficioso para ambos. Por un lado, la comunidad se siente valorada y “protegida” por dicha entidad, que se implica en sus actividades o incluso puede defender alguna causa. Por otro lado, una vez que la entidad se convierte en un punto de referencia local, los vecinos querrán formar parte de ese negocio. Este interés por lo local, ha de notarse también cuando se diseña el plan de comunicación. Es sencillo abrirse hueco en los medios locales, y si la actividad en cuestión beneficia principalmente a un grupo local, los medios locales les alcanzarán con más facilidad.

2.2 LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS Y EVENTOS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS

Como adelantamos en el punto anterior, las actividades, actos o eventos que organiza una entidad son en sí mismo un vehículo de comunicación. Los eventos permiten que la articulación de esta comunicación sea más directa, afianzando lazos y vínculos, y facilitando la transmisión de valores y conceptos (Di Génova, 2012, p.123). En esta misma línea, Pulido señala que

La organización de actos como técnica de las relaciones públicas no sólo ofrece un escenario privilegiado para la gestión directa de los vínculos que se establecen entre la organización emisora y sus públicos, sino que además permite, a través de las normas sintácticas del ceremonial y protocolo, la articulación y posterior transmisión de determinados mensajes corporativos que, orientados a gestionar las relaciones organización-públicos, generan como consecuencia elevados niveles de imagen y reputación organizacional. (Pulido, 2016, p-52)

La organización de eventos se convierte en una técnica de relaciones públicas, que permite una aproximación más cercana al target, y por lo tanto un mayor control del cumplimiento de los objetivos, la corrección de las desviaciones de estos, y del mensaje corporativo emitido. Esta técnica suele venir asociada a una motivación filantrópica, y por lo tanto la rentabilidad de la misma se ha de medir en términos como notoriedad, imagen o intención favorable (Arceo, J., 2003, p. 149).

La diversidad de eventos es tan amplia, que la búsqueda de puntos comunes entre estos se convierte en una ardua tarea. Sin embargo, la Fundación Universitas establece tipología de eventos en función de tres variables:

Según su FINANCIACIÓN	EVENTOS POR CONTRATO: un organismo o empresa contrata a un OPC (Organizador Profesional de Congresos) para la organización de su evento.
	EVENTOS LLAVE EN MANO: la empresa organizadora delega

	<p>por completo en un OPC la organización del evento. Del OPC dependerá desde los aspectos claves hasta los detalles más pequeños.</p>
	<p>EVENTOS ABIERTOS: son aquellos en los que cada persona paga su registro de inscripción, o sea, que el evento se financia, fundamentalmente, a partir de este importe, junto a los ingresos realizados por los patrocinadores.</p>
	<p>EVENTOS CERRADOS: están financiados por patrocinadores con fondos privados o gubernamentales, y los asistentes sólo pueden acudir al mismo por invitación expresa.</p>
Según su ÁMBITO	<p>EVENTOS SOCIALES: se sitúan en el ámbito más familiar o privado. Su objetivo es el establecimiento o perfeccionamiento de los vínculos humanos. Normalmente tienen un carácter festivo.</p>
	<p>EVENTOS CULTURALES: en este tipo de eventos la comunicación está latente por medio de la transmisión de mensajes que tienen como objetivo enriquecer el conocimiento cultural de las personas que acuden a ellos.</p>
	<p>EVENTOS DEPORTIVOS: son todos aquellos que tratan de motivar el espíritu deportivo, desarrollar todas aquellas competencias que tengan que ver con el culto al cuerpo y sus aptitudes físicas, consiguiendo así mejorar la calidad de vida de los participantes.</p>
	<p>EVENTOS EMPRESARIALES: poseen una gran trascendencia pública relacionada con algún interés generalmente económico, aunque también pueden tener intereses de otro tipo.</p>
	<p>EVENTOS POLÍTICOS: un aspecto importante que se debe tener en consideración es que este tipo de eventos necesita de una preparación minuciosa y exhaustiva.</p>
Según su TERRITORIO	<p>EVENTOS REGIONALES: eventos que reúnen a personas que pertenecen a una zona con características similares.</p>
	<p>EVENTOS NACIONALES: los asistentes provienen de distintas provincias o estados de un mismo país.</p>
	<p>EVENTOS INTERNACIONALES O MUNDIALES: los participantes provienen de varios países y regiones diferentes.</p>

Tabla de elaboración propia. Basado en Cuadrado, 2014, p.117-119

Los eventos pueden tener líneas temáticas derivadas de la propia actividad de la empresa o institución, o del apoyo y compromiso de la misma con las causas externas.

En este segundo grupo incluiríamos eventos que muestran el respeto por el medioambiente que tiene la organización, el fomento o protección de la cultura, o el compromiso con distintas causas sociales concretas. (Pulido, 2016). Al hilo de esta última puntualización, es conveniente traer a colación el concepto de responsabilidad social o responsabilidad social corporativa.

El concepto de responsabilidad está vinculado al concepto de obligación, por el que se asume la consecuencia de la acción o inacción de una determinada actividad o comportamiento. Al añadir el adjetivo “social”, entendemos que el enjuiciamiento dependerá de las normas sociales o usos sociales de una determinada comunidad. (Solano, 1999). A priori, puede parecer que es un término negativo. Sin embargo, en los casos en los que más allá del enjuiciamiento moral no hay ninguna obligación jurídica, la correcta planificación de las actividades puede tener un reporte positivo en la imagen corporativa de la empresa. Cada organización puede hacer trabaja su responsabilidad social corporativa, con unos objetivos concretos en cuanto a su identidad corporativa, y esta tiene consecuencias en la imagen corporativa de la misma. Mientras que la identidad corporativa es propiedad de la organización, la imagen corporativa depende de la percepción mental que los públicos tienen de esta (Guarneros, 2014, p.145). Lo óptimo para la organización, es que identidad e imagen sean similares. Sin embargo, hay ocasiones en las que puede haber variaciones entre estas.

Por otro lado, las organizaciones deben tener cuidado a la hora de realizar actos filantrópicos ya que cada vez más, la sociedad se muestra crítica con las acciones aparentemente filantrópicas que detrás “esconden” objetivos comerciales. La clave está en buscar el equilibrio entre los intereses de la organización (imagen, reputación, intereses comerciales, etc.) y el de los públicos beneficiarios de la acción (Arceo, J., 2004, p. 227-231). Para esto, es necesario ser conocedores de las necesidades y demandas del entorno, y de qué puede aportar la institución a su comunidad. Dicho de otro modo, para hacer un buen ejercicio de la responsabilidad corporativa, es necesario llevar a cabo una etapa de investigación exhaustiva.

2. 2. 1 LA TEORÍA DE LA DIANA

La concepción clásica de la organización de eventos definía la existencia de un triángulo formado por la comunicación, el protocolo (del que hablaremos más adelante) y la seguridad. Sin embargo, Fuentes desarrolló la teoría de la diana:

el triángulo debería dar paso a un cuadrado de cuatro vértices en cuyo interior se sitúe a modo de cerebro un quinto factor esencial: la creatividad. (Fuentes, 2007, p. 29)

Esta nueva perspectiva defiende que

lo más importante es tener una buena idea del acto, teniendo en cuenta los objetivos y la comunicación (a quién se quiere transmitir), programarlo correctamente (el protocolo), darle la forma adecuada (la producción), [...] establecer las garantías de protección integral de las personas y gestionar adecuadamente el dinero (el presupuesto) (César, J. y Campos, G., 2010).

Esta teoría sirve como una aproximación genérica y fiel al reto que supone la organización de eventos. La diversidad de factores que afectan y son pilares del proceso, la necesidad de coherencia en la organización de todos, y la, a veces excesiva, demanda de novedad y originalidad en los eventos, queda reflejada en el esquema que Fuentes perfila con esta teoría. Además, es destacable que el motor común de todos estos pilares sea la creatividad. Como veremos en el análisis del Festival de Cortos SCC Express, es la creatividad la que en muchas ocasiones origina la evolución de formatos ya existentes dando lugar a nuevos tipos de eventos.

2.3 CONCEPTOS CLAVES

El ejercicio durante años de esta profesión por parte de personas sin formación, ha hecho que no pocas veces, los términos relativos a la organización de eventos y actos se utilicen indistintamente obviando sus matices. Para acabar con esto, definiremos en los

siguientes apartados algunos conceptos claves, llegando a recalcar las diferencias en los casos que sea necesario.

2.3.1 CEREMONIA, CEREMONIAL Y PROTOCOLO

Podríamos definir ceremonia como “un acto en sí, público o privado, celebrado con solemnidad y cierta reglamentación” (Otero, 2015, p.41). Esta definición, que se queda algo escueta, puede ser completada con las apreciaciones de Pulido. En cuanto a la reglamentación, esta puede venir regida por la ley, la cultura o las costumbres. .

En cuanto a ceremonial y protocolo, pese a ser términos con grandes similitudes, es necesario saber diferenciarlos. Si bien ambos son el conjunto de normas necesarias para organizar un evento, el ceremonial se aplicaría en actos públicos no oficiales para otorgar cierto grado de solemnidad, mientras que el protocolo se aplicaría en actos públicos oficiales, y normalmente está regido por ley (Pulido, 2016, p.62).

Otro de las precisiones que cabe remarcar en el acercamiento al concepto de protocolo, es que este se nutre de dos fuentes: el derecho y la costumbre. En esta línea, Sánchez señala

el protocolo es la manifestación de respeto en la comunicación entre seres humanos, y por tanto tiene un alto componente histórico ya que son los usos sociales o costumbres no escritas, además de las leyes, los que han ido determinando una forma especial de comportamiento (Sánchez, 2011, p.22).

Es interesante el término que Di Génova emplea: Ceremonial Estratégico. Situar estas normas al nivel de la estrategia, es algo en lo que suelen errar muchas instituciones y empresas. Sin embargo, tal y como defiende su autor, es coherente que se haga ya que los actos (y sus normas) forman parte del “esfuerzo comunicacional de las personas y corporaciones” (2010, p.17).

2.3.2 ACTO Y EVENTO

Aunque coloquialmente, e incluso en algunos ámbitos académicos, acto y evento son utilizados como sinónimos, distan mucho de serlo. Un acto implica una celebración solemne y protocolaria, mientras que un evento, si bien es una celebración relevante, no tienen normas que lo rijan (salvo que asistan autoridades o personalidades, caso en el que sí se tendrán en cuenta aunque no de forma paulatina). Por lo tanto, se entiende que los actos están vinculados con la vida pública de las empresas e instituciones, mientras que los eventos lo están con organizaciones del mundo de los deportes, la cultura, académicas, etc (Fuente, 2005, p. 39) (Pulido, 2016, p.63).

Dado que el objeto de estudio nuestro, partiendo de las diferencias analizadas, es un evento, profundizaremos en estos. Jijena define evento como

todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general (2009, p.27).

De esta definición nos interesa especialmente la idea de reunión de personas que comparten una serie de actividades. Buscar una definición afin a nuestro festival había sido difícil hasta este momento, por lo que encontramos la definición bastante acertada. Sin embargo, la autora clasifica los eventos de un modo que no nos resulta tan precioso. Por un lado, los eventos empresariales relacionados con algún interés económico (entre los que se encontrarían los culturales), y por otro los sociales, pertenecientes al ámbito privado (Jijena, 2009, p.28). Entendemos que no todos los eventos culturales tienen que tener una finalidad económica, sino que, tal y como dijimos en el apartado 2.2, pueden responder a la ejecución de la responsabilidad corporativa de una institución.

2.3.3 PERSONALIDAD Y AUTORIDAD

Al hablar de personalidades nos referimos a aquellos individuos con cierta notoriedad pública, reconocidos por su labor dentro de algún área de la sociedad o bien por ser en sí mismos personas mediáticas y con repercusión. Las personalidades las podemos

clasificar “en función de dos criterios: la naturaleza de su notoriedad y su ámbito de influencia”. En cuanto a la naturaleza de su notoriedad podemos distinguir: personalidades artísticas, científicas, políticas, empresariales, deportivas, líderes sociales y líderes populares. En lo que respecta al ámbito de actuación, diferenciamos entre personalidades de alcance local, regional, nacional o internacional. (Pulido, 2016, p.66) La publicirrelacionista María Teresa Otero ofrece otra clasificación de las personalidades:

- *Personalidades por sus méritos: se trata de artistas, deportistas, intelectuales, profesionales, empresarios, componentes de la alta sociedad o la nobleza y otros, que son distinguidos por la sociedad con una especial atención a sus apariciones públicas por los méritos que han acumulado en su vida artística o profesional gracias a sus esfuerzos, inteligencia o capacidades.*
- *Personalidades por representación: se trata de personas que, independientemente de su profesión, inteligencia, bienes o incluso méritos individuales han sido elegidas o designadas para representar a determinados colectivos, por quienes hablan y por quienes están respaldados.*

(Otero, 2009, p.175)

Esta clasificación complementa a la primera, ya que las personalidades que lo son por sus méritos, pueden a su vez subdividirse según la naturaleza de su notoriedad y su ámbito de actuación.

Con autoridades nos referimos a las personas que ostentan cargos públicos, elegidos o designados. Los cargos públicos pueden ser a nivel local, autonómico, nacional e internacional.

2.3.4 EL ANFITRIÓN

El anfitrión es la persona que organiza el acto o evento, y por tanto se hace cargo de todos los aspectos técnicos y protocolarios, de convocar y recibir a los invitados, y también de los gastos derivados del evento (aunque más adelante veremos la figura de

los patrocinadores). La mayoría de los actos están organizados por instituciones y organismos, por lo que el anfitrión será la persona que represente a estos.

Las funciones del anfitrión son:

recibe a los invitados, facilita las presentaciones entre los que no se conocen, se encarga del operativo general de la organización, envía las invitaciones, asume todas las necesidades que el evento requiere para su buen desarrollo y toma todas las decisiones relacionadas con el protocolo que afecta a los asistentes.
(Fuente, 2007, p.38).

Además, el anfitrión suele ser la persona que preside el acto, salvo que decida cederle ese lugar al invitado de honor.

2.3.5 PRECEDENCIA Y PRESIDENCIA

La precedencia en un acto hace referencia a la ordenación en el espacio y el tiempo de las distintas personas que participan y/o asisten al mismo. Esta ordenación determinará no sólo su posición física a la hora de tomar asiento o colocarse, sino también el orden de su intervención en el acto en caso de que tomase la palabra. Como hemos apuntado anteriormente, los actos oficiales en España están regulados por el *Ordenamiento General de Precedencias en el Estado*.

Si bien es cierto que en España en un acto no oficial no es necesario el cumplimiento de las leyes de protocolo de los actos oficiales, sí es recomendable. Es el anfitrión quien decide el orden de precedencia, siempre asesorado por su jefe de protocolo. (Dios, 2016, p.205) Además, los criterios para establecerla pese a poder ser variados, siempre “han de ser completamente objetivos, porque de esta forma no hay sospechas de tratos de favor por intereses personales” (Jiménez-Morales y Panizo, 2017, p.137).

En cuanto a la presidencia, suele estar ostentada por el anfitrión del acto. En caso de que el anfitrión decidiera ceder la presidencia a un invitado de honor, la autoridad que lo

organiza ocuparía el lugar inmediato a la presidencia, tal y como recoge el artículo 4.1 del Ordenamiento General de Precedencias del Estado. Por otro lado,

en el protocolo tradicional se conciben, a estos efectos, dos clases de presidencia: las personales (espacios singulares destinados a albergar a las personas que presiden o acompañan en lugar especial al anfitrión) y las impersonales (espacios reservados para la ejecución de una actividad diferente a la de presidir). Dentro de las primeras hay que distinguir, a su vez, cuatro tipologías esenciales: la académica, la de público, la mixta y la de banquete. En relación a las impersonales, otras dos: la integrada y la realzada. (Fuente, 2007, p. 57)

Al tratarse de un Festival de cortometrajes, en cuyo acto principal (que será la gala de la que hablaremos en el apartado X) se visionarán los cortometrajes por primera vez, se regirá por la presidencia de público. Ni el anfitrión ni los invitados son los protagonistas del evento, sino que es la propia actividad (el escenario y la pantalla sobre la que se reproducirán los cortometrajes) la que acapará el protagonismo. No obstante, tanto el anfitrión como las autoridades y personalidades ocuparán un lugar destacado entre el público. (Fuente, 2007, p.58).

2.3.6 DONACIÓN, MECENAZGO Y PATROCINIO

El empleo de estos términos en escenarios poco profesionales se hace indistintamente. A pesar de tener como base un mismo concepto, una entidad da recursos a otra para la consecución de un proyecto, todos cuentan con peculiaridades que los hacen diferentes. Para algunos autores, la raíz de la diferencia viene dada en la comunicación o no de esa entrega de recursos, entendiéndose por ejemplo que las donaciones no deben comunicarse. Por el contrario, “para las relaciones públicas eficaces, el concepto judeocristiano de que ‘tu mano derecha no sepa lo que hace la izquierda’ no tiene sentido alguno” (Palencia-Lefler, 2007, p.156). Lo ideal, para evitar confusiones, es definir los tres términos para después señalar sus diferencias.

La donación

puede definirse como una actuación premeditada que una persona o una entidad realiza a favor de una causa de manera puntual. En el contexto de una organización donante —que puede tener recursos sobrantes— y una ONL necesitada y que le solicita esos recursos, se produce una relación productiva, a raíz de la cual, el receptor del donativo podrá realizar unas actuaciones que antes no podía realizar. (Palencia-Lefler, p.155)

El mecenazgo podría definirse como la acción por la que se suministra medios económicos o materiales a un artista u organización cultural con el fin de financiar su actividad, por razones filantrópicas y sin buscar un beneficio directo (López, 2015, p.71). Las empresas que actúan como mecenas, se benefician ya que les permite involucrarse en la sociedad y generar una actitud hacia ellas positiva (Di Génova, 2010, p.40) (Palencia-Lefler, 2007, p.160).

Por último, el patrocinio se da cuando una organización aporta cierta cantidad de dinero, bienes o servicios para el desarrollo de una actividad que no tiene nada que ver con ella misma, y siempre que dicha aportación esté orientada a conseguir un beneficio en la comunicación y en su imagen (Rodríguez, 2007, p.231).

Mientras que el mecenazgo se ubicaría dentro de la filantropía empresarial, el patrocinio está relacionado con los objetivos comerciales y publicitarios de la empresa (o institución patrocinadora). Es por ello que en el patrocinio, la empresa que suministra el dinero o las especies, lo hace teniendo en cuenta el público objetivo de la acción o actividad patrocinada.

2.3.7 CRONOGRAMA

El cronograma es un documento que recoge de forma detallada y concisa, el desarrollo del evento: qué ocurre a cada hora, en qué lugar, quién está implicado, etc. Se compone de tres partes: la hora, el lugar y el desarrollo o actividad que está teniendo lugar. (Fuente, 2007, p.350). Otros autores señalan además la necesidad de “especificar qué

persona de la organización es el responsable de que lo planeado se lleve a cabo” (Dios, 2016, p.215) por lo que se añadiría una cuarta columna.

Para eventos de gran magnitud al que acuden autoridades de primer grado, este cronograma será de vital importancia para elaborar el plan de seguridad. por ello, “se ha de tener toda la información lo más detallada posible sobre la duración de cada uno de esos pasos” (Jiménez-Morales y Panizo, 2017, p.239).

2.3.8 PUBLICITY

Aunque el término publicity surgió con los fenómenos pseudo-relacionistas y protopublicitarios, hoy en día se sigue utilizando. “Consiste en conseguir que los medios de comunicación hablen de la empresa sin que esta pague por ello” (Aced, 2013, p.29).

Otra definición más extensa de este concepto la proporciona Xifra

La publicity es la información que un medio de comunicación difunde sobre actividades, actos o eventos de una organización mediante noticias que no suscribe la organización, sino el medio de comunicación [...] y que suele ser el resultado informativo de una acción de relaciones públicas de la organización (2007, p.73)

Para algunos autores, la publicity está desvirtuada y desprestigia la labor del gabinete de comunicación. Y no es raro, ya que este concepto nace de la mano del agente de prensa. En no pocas ocasiones, la información que este enviaba para conseguir notoriedad pasaba por la manipulación y el engaño (Otero, 2015, p.28).

Sin embargo, sabiendo hacer un buen uso de esta, podemos conseguir muchos medios ganados. Estos, son los medios de comunicación que comparten nuestra información sin coste alguno para nosotros. Estos medios están fuera del control de la entidad, pero ejerciendo unas buenas relaciones públicas, se puede influir en ellos positivamente y conseguir buenos resultados (Somalo, I. y Melodio, J., 2007). Como cierre a este apartado, y nexo de unión con el siguiente, traemos a colación una cita de José Luis Arceo que resume lo aquí tratado a la perfección: “se es importante si se aparece en los

medios masivos, pero no se aparece en estos si no se es mínimamente importante” (Arceo, J. L., 2003, p.62).

2.4 PLANIFICACIÓN Y TAREAS

Sin lugar a duda, uno de los aspectos claves para que la puesta en marcha de un evento se materialice de forma íntima, es la planificación del mismo. Esta planificación supone una ordenación temporal en la que se detallan las tareas llevadas a cabo y los recursos necesarios en cada momento. La planificación permite también el reparto óptimo de los recursos, tanto económicos como técnicos o de personal. Para poder llevar a cabo esta planificación, es necesario conocer las tareas que se van a llevar a cabo:

- Concepción del evento: idea temática, identidad gráfica...
- Búsqueda de proveedores. En esta tarea se incluirían también la búsqueda de patrocinadores, la negociación de los acuerdos y las cláusulas con los mismos.
- Inscripciones de participantes o invitados.
- Selección del lugar en el que se va a desarrollar el proyecto.
- Reuniones con los equipos
- Comunicación con los asistentes
- Comunicación con la prensa

(González y Morales, 2009, p. 142-145)

A esta fase de planificación, le sigue la fase de PRODUCCIÓN. “La producción es el proceso necesario para materializar esas acciones planteadas [en la fase de planificación]”, (Cuadrado y Rodríguez, 2014, p.82). En esta fase tendría lugar toda la creación de escenografías, recursos audiovisuales, montaje técnico, arquitectura efímera, etc.

2.5 EQUIPOS Y DEPARTAMENTOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Es difícil reunir en un sólo apartado todos los equipos que, de un modo u otro, pueden estar implicados en la gestión de eventos. De hecho, aún haciendo un repaso bibliográfico exhaustivo, pocos autores se atreven a abordar el tema. No hay dos

eventos iguales, por lo que cada evento tendrá unas necesidades y requerirá de unos equipos determinados.

Sin embargo, Sánchez se aventura a enumerar los equipos que, con gran frecuencia, pueden encontrarse en la organización de eventos:

- *Equipo de protocolo. Encargado de la organización de actos, el contacto con las administraciones, coordinación de los distintos equipos, coordinación de los invitados, etc.*
- *Equipo de producción de evento. Se encarga de la puesta en escena del evento, la logística del mismo, la producción gráfica, las solicitudes y permisos, etc.*
- *Gabinete de comunicación. Encargado de dar difusión al evento, a través del envío de notas de prensa, gestión de ruedas de prensa y entrevistas, etc.*¹
- *Restauración y catering.*

(Sánchez, 2016, p. 117-121).

2.6 EL PERFIL DEL ORGANIZADOR DE EVENTOS

Determinar un único perfil válido para una categoría profesional es, de lejos, pretencioso. Sin embargo, sobre todo en el sector de la comunicación, hay determinados puestos de trabajos que requieren ciertas competencias en el profesional que lo ostente.

Actualmente, en el mercado sigue sin ahondar el término relaciones públicas. Muchas empresas, siguen asociando las tareas propias del publicirrelacionista a los periodistas. Comunicación sigue estando asociada a periodismo, sin tener en cuenta si es comunicación corporativa, o si hay otros profesionales con una preparación más específica. No es de extrañar que esta concepción siga vigente, ya que “las relaciones públicas nacieron como una actividad profesional asociada al gremio de los periodistas” (Arceo, 1999, p.63). Por lo tanto, y muy a pesar de quien escribe estas líneas, las empresas demandan periodistas para puestos propios de relaciones públicas (dentro de lo que englobamos la organización de eventos).

¹ Ver apartado 2.6 y 2.6.1

Por otro lado, el mercado demanda personas con una amplia experiencia, y que estén puestas al día en el mundo digital. Si algo tiene el sector de la comunicación, es que sus profesionales se deben aplicar más que nunca el “renovarse morir”. Experiencia, en muchas ocasiones, va asociado a madurez, en lo que a la edad respecta. Y madurez, mal tirando de estereotipos, no suele casar con desarrollo digital. Sin embargo, tal y como hemos señalado, los profesionales de la comunicación suelen ser la excepción. (González, 2015, p.174-176)

Por último, cabe destacar las competencias que se asocian al organizador de eventos. Estas pueden ser genéricas, específicas o innatas. estas competencias son:

COMPETENCIAS GENÉRICAS		
“Know-how” o buen hacer	Educación y cultura	Intuición
Organización	Imaginación	Ingenio o creatividad
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS		
Habilidades comunicadoras	Autoridad e influencia	Liderazgo
Persuasión	Empa’ia	Autocontrol
CUALIDADES INNATAS RECOMENDABLES		
Buen gusto	Paciencia	Discreción y medida
Tacto	Diplomacia	Sentido Común

Tabla de elaboración propia. Basado en Cuadrado Y Rodríguez, 2014, p. 21-23

2.7 LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La gestión de la relación con los medios de comunicación ha sido la protagonista en la figura de los profesionales de relaciones públicas durante años. A esto, se le ha dado una importancia muy elevada, en exceso para algunos autores.

Como hemos mencionado con anterioridad, al trabajar para una organización el profesional pretende tintar de importante todo lo que ésta hace. Y en ocasiones, la importancia de un acto no se mide por su importancia en sí misma, sino por su cobertura en medios. También es cierto, que a mayor cobertura más fácil será conseguir el apoyo de otras empresas como patrocinadores o mecenas. Conseguir entrar en un medio de comunicación o no, dependerá del umbral noticioso y la relevancia. Este umbral tiene dos dimensiones

una, el ‘umbral absoluto’, y que marca el nivel general por debajo del cual no habrá noticia; otra, la ‘intensidad o prominencia del hecho’ para que tenga opción a traspasar dicho umbral (Arceo, J., 2004, p. 181).

A veces, el relacionista trata de copar medios a los que, por su área de trabajo o su ámbito, nuestra organización y nuestros eventos son irrelevantes. Además, también se dan casos en los que se centran los esfuerzos por aparecer en medios cuyos lectores ni tan siquiera son nuestro público. Un buen análisis previo es fundamental para establecer unas relaciones con los medios eficaces.

Por otro lado, hay que tener en cuenta si el medio de comunicación se dirige a un público generalizado o especialista, sabiendo adecuar nuestros mensajes a cada medio (y a sus públicos). Esto hará que sea más fácil entrar en la agenda setting del medio. No podemos olvidar la necesidad de cultivar la relación con el medio a largo plazo, creando un canal de información fluido, profesional y beneficioso para ambos (barquero y Castillo, 2011, p.181).

2.7.1 DOCUMENTOS Y CONCEPTOS CLAVES EN LA GESTIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Nota de prensa o comunicado de prensa: tal y como afirma Rojas, es un documento escrito que recoge la información fundamental sobre un tema y que se distribuye entre los periodistas con la intención de que estos se hagan eco (Asensi et al., 2014, p.160). Además, para facilitar la labor de los periodistas a la hora de la difusión de las noticias, estará “redactado con un estilo periodístico” (Xifra, 2007, p.97).

Conferencia de prensa: reunión convocada por una persona o una organización para comunicar una información a los periodistas y responder a sus preguntas (Xifra, 2007, p.120). No todas las noticias son susceptibles de convocar una conferencia de prensa, sólo lo son las emergencias y los hechos importantes pero no emergentes (Arceo, J., 2003, p.99). La rueda de prensa, concepto a veces confundido con la conferencia de prensa, consiste en una convocatoria a los diferentes medios para ofrecer una información relevante de la organización dada por parte de un personaje o cargo importante de la organización. La diferencia entre conferencia y convocatoria, radicaría en que la primera está convocada por personajes de segundo nivel, mientras que la primera lo está por personajes de primer nivel (como ministros, políticos o altos directivos) (Asensi et al, 2014, p.170).

Press clipping, resumen de prensa o clipping de prensa: “recopilación de las informaciones aparecidas en los medios de comunicación sobre la campaña lanzada” (Soria, 2015 A, p.54). El press clipping es una herramienta, bastante eficaz y utilizada por los profesionales del sector, que permite medir el seguimiento que una marca o la noticia lanza por esta ha tenido en los medios de comunicación. Esto, a su vez, permite evaluar si el plan de comunicación ha sido exitoso o no. (Soria, 2015 B, p.112).

3. ANÁLISIS

3.1 LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL

La Sociedad Centro Cultural, fundada en 1898, es el segundo casino más antiguo de España, sólo adelantada por el Círculo Mercantil e Industrial de Sevilla (1876). Para entender el devenir de esta sociedad, el motivo por el que se le conocía como casino, y su importancia a lo largo de la historia de la localidad, es necesario entender el contexto en que se funda y desarrolla.

La Cuenca Minera de Minas de Riotinto, tal y como se la conoce actualmente, estaba formada por el pueblo de Nerva, Minas de Riotinto y Zalamea. A lo largo del siglo XIX, la compañía inglesa Río Tinto Company Limited era la encargada de la explotación de estas minas a cielo abiertos, donde principalmente se extraía cobre. El sistema de calcinación que se utilizaba por aquel entonces era conocido como teleras, un método que producía humos insalubres causantes de un gran número de enfermedades y muertos. A la par que los afectados por las teleras, iba creciendo la crispación entre mineros y agricultores de la zona. Un movimiento asociacionista dio la *Liga Antihumista*, que luchaba por el cese de las calcinaciones al aire libre (Ferrero, 1998, p.46). Ante esto, la compañía británica empleaba todos sus esfuerzos ya que

una de las principales funciones de los cuadros directivos de las empresas mineras es la de coartar la formación de núcleos sindicales en su entorno territorial que puedan promover la organización de movimientos huelguísticos o reivindicativos (Guerrero, 1993, p.300)

En este contexto de crispación, donde la clase obrera empezaba a reclamar espacios de reunión y ocio, fuera del alcance de los órganos políticos y empresariales surge la figura de los casinos. Conocidos como tal, eran asociaciones, lugares de reunión donde los pequeños burgueses de la época se congregaban. Sin embargo el Casino del Centro, como se le conocía entonces, era el “casino de los obreros”. Un casino de marcado carácter izquierdista, que con el tiempo fue acogiendo a socios de todo el espectro social. (López, 2013)

Una asociación con una riqueza cultural increíble, que posee en su inventario cuadros de Vázquez díaz, retratos de Manuel Rojas Tirado (ilustre compositor nervense, autor del Pasodoble de Nerva)... En sus salas, se podía disfrutar de partidas de juegos de mesa, la lectura de la prensa diaria, y de tertulias alargadas entre amigos. A sus 120 años de historia, la Sociedad Centro Cultural ha sufrido numerosos cambios. De hecho, en las últimas décadas la sociedad ni siquiera era la sombra de lo que fue. De los más de 1000 socios que tuvo en su época de esplendor, en 2015 estuvo a punto de disolverse cuando ninguno de sus 570 socios se presentó para renovar la directiva de la entidad. Fue en ese momento cuando el nervense afincado en Sevilla, Francisco José Vázquez, decidió presentar su candidatura (Hipólito, 2015).

En los últimos años, el Centro Cultural, presidido por Francisco Vázquez, con la ayuda de Calleja padre e hijo, ha dinamizado gran parte de la actividad de ocio y cultura de la localidad minera con la organización de todo tipo de actos, desde conferencias, mesas redondas, y charlas-coloquio hasta exposiciones pictóricas y de fotografía, pasando por festivales de cine, excursiones, etc. (Hipólito, 2018)

En los cuatro años que ha durado la primera etapa de la directiva de Vázquez, la Sociedad Centro Cultural ha vuelto a resurgir de sus cenizas, convirtiéndose en la institución nervense con una mayor y más diversa propuesta cultural. Una parte considerable de las actividades organizadas, iban destinadas a acercar la Sociedad a la juventud del pueblo de la Cuenca. En las últimas décadas, la figura del casino estaba vinculada a un público de edad avanzada, uno de los motivos por los que estuvo a punto de desaparecer. Ahora, “en sus pasillos hay veteranos y jóvenes” (López, 2013).

Podríamos entender que en estos cuatro años se ha llevado a cabo, de forma inconsciente e innata, un eficaz plan de comunicación ya que se han tenido en cuenta tres aspectos fundamentales: definir la identidad corporativa, la imagen percibida actualmente (en el momento en que Vázquez tomó posesión del cargo), y la imagen ideal de la “empresa” (García, 2017, p.7). La primera tarea del presidente fue conocer, más allá de su experiencia propia, qué era la sociedad (mal llamada, ya que está

constituida como una asociación), qué había sido y cuál era su adn. Una vez siendo conocedor de esto, era necesaria una labor de crítica, analizando las opiniones que los vecinos tenían de ella. El Centro Cultural en aquel momento se limitaba a ser un espacio de café y de lectura de la prensa, con actividades culturales bastante limitadas, y alejada por completo del público joven. Por último, era necesario saber dónde se quería llegar, cuál iba a ser el target de las distintas acciones, y qué estrategia se llevaría a cabo. En definitiva, había un gran trabajo por delante para cambiar la imagen corporativa de la sociedad.

Conseguir aunar personas de todas las edades, en una localidad donde las diferencias generacionales son palpables era todo un reto. El plan estratégico que se ha llevado a cabo durante estos años, aunque basado algunas veces en el ensayo prueba-error, ha dado sus resultados. Actualmente, la sociedad cuenta con más de 700 socios, habiéndose asociado un notable número de jóvenes de la localidad gracias a la tarifa reducida para jóvenes y extranjeros.

Otro de los aspectos a tener en cuenta, aunque el análisis sea más superficial, es la figura del portavoz de la sociedad. Francisco José Vázquez, como presidente de la Sociedad, supone la principal figura de cara a los medios de comunicación y a los públicos externos. Cuando anteriormente hemos comentado que el plan estratégico fue inconsciente e innato, era porque Vázquez no tiene formación alguna en cuanto a las relaciones públicas ni la gestión de corporaciones. Ingeniero de profesión, se adentró en el cargo sin tener formación profesional al respecto, si bien había formado parte de la junta directiva de la Hermandad de San Diego en Almensilla (Sevilla). En sus primeras intervenciones, se podía apreciar la falta de experiencia en su expresión oral: titubeo, falta de linealidad en el discurso, voz vacilante, etc. Controlar y trabajar la expresión oral es muy importante de cara a la portavocía de una sociedad.

Lo que se dice es muy importante [...] pero el cómo se dice (lenguaje no verbal, y no oral) ha de ser tenido muy en cuenta, puesto que incluso puede haber percepciones distintas de un mismo qué en virtud de diferentes cómo. (Arceo, 2004, p.168)

Con el tiempo y la práctica, sin necesidad de haber recibido cursos o estudios, Vázquez ha mejorado notablemente su capacidad de expresión en público. Sin embargo a día de hoy comete uno de los fallos más habituales en los portavoces no profesionales: no elaborar su discurso. Redactar con anterioridad el discurso es fundamental para una comunicación eficaz. “Cuando dentro de la planificación de las rr.pp. se idea y lleva a cabo la intervención de un individuo, [...] debe ser concienzudamente preparado para conseguir una efectividad dada” (Arceo, 2003, p.111).

En un mundo conectado como el actual, los portavoces deben ser conscientes de la importancia de la gestión de sus redes sociales. “Los mensajes de la organización necesitan adaptarse a un entorno que requiere un tono y un vocabulario más honesto, sencillo y personal” (Camacho, 2004, p.80). Esto es algo que hace de forma óptima la sociedad a través de sus perfiles en redes sociales. Sin embargo, la gestión a ratos impulsiva de las redes sociales del presidente, es algo que se debería cambiar ya que “lo cierto es que los miembros de una organización son sus primeros portavoces hacia el exterior” (Camacho, 2017, p.84).

Actualmente, tras finalizar el mandato de la directiva, encontramos algunos cambios. Si bien Francisco José Vázquez sigue siendo presidente de la Sociedad, en esta nueva etapa es José Vázquez González quien le acompaña como tesorero de la misma. Este segundo ha pasado a formar parte también de la portavocía de la Sociedad, siendo la cara visible en la presentación de muchos de los actos, y presentándose como portavoz y director del Festival de Cortos SCC Express, proyecto objeto de nuestro estudio.

3. 2 EL FESTIVAL DE CORTOMETRAJES SCC EXPRESS

El Festival de Cortometrajes SCC Express es una de las grandes apuestas de la nueva directiva de la Sociedad Centro Cultural. Enmarcado en su impulso por la cultura, este proyecto se convierte en uno de los grandes eventos que acoge la localidad onubense de Nerva. El Festival es un espacio creativo y de interacción entre los jóvenes españoles, que comparten todo un fin de semana de cine.

Aunque el festival nace en el seno del Centro Cultural, un proyecto de tal envergadura necesita del respaldo (principalmente económico) de las instituciones públicas de la localidad. El excmo. Ayuntamiento de Nerva y la Diputación de Huelva colaboran de forma activa con el proyecto.

El desarrollo del festival es simple. Los grupos desconocen la temática y localizaciones que deben aparecer en sus trabajos hasta el viernes, día en que llegan a la localidad. Una vez recibidos todos, se les comunica la información. En ese momento, cuentan con 48 horas para desarrollar su guión, rodar el trabajo y editarlo. El domingo a mediodía deben entregar sus trabajos. La gala de clausura del festival tiene lugar la tarde de ese mismo domingo, y allí se visionan por primera vez los cortometrajes, el jurado delibera, y se procede a la entrega de premios.

La primera edición tuvo lugar los días 6, 7 y 8 de julio de 2018. Pese a ser la primera edición, y contar con recursos económicos escasos, la participación y acogida del mismo superó las expectativas de la organización. Alrededor de 80 participantes acudieron al nacimiento de este festival. La primera edición estuvo organizada en base a la “intuición y el sentido común”, algo en lo que creían los primeros publicirrelacionistas y que no suele dar buen resultado. La organización del mismo, su comunicación y puesta en marcha contaron con errores propios de las primeras veces, y que han servido de base para mejorar la segunda edición. En próximos apartados, detallaremos brevemente los cambios y mejoras de forma comparativa, para analizar también la influencia de la aplicación teórica en la organización estratégica de un proyecto.

La segunda edición, celebrada este año, tuvo lugar los días 28, 29 y 30 de junio. Esta segunda edición, coincidiendo con el 50 aniversario de los disturbios de Stonewall, la temática elegida por la dirección fue “La diversidad sexual”. No es la primera vez que desde la Sociedad Centro Cultural apuestan por la tolerancia y el apoyo al colectivo LGTBI, ya que fueron pioneros en la Cuenca Minera en organizar actividades sobre esta temática, como charlas sobre transexualidad, la homosexualidad vivida en los pueblos y la libertad de identidad.

Esta segunda edición ha superado el número de participantes de la primera, llegando a contar con un centenar de jóvenes venidos de toda España (Madrid, Granada, Barcelona, Sevilla, Huelva...). Lo ventajoso para todos ellos, a parte de la posibilidad de rodar en un entorno privilegiado como es la Cuenca Minera de Minas de Riotinto, son los premios (1000€) y el contar con alojamiento gratuito para todos ellos.

3. 2. 1 OBJETIVOS

El Festival de Cortometrajes SCC Express tiene dos objetivos principales. Por un lado, pretende visibilizar el talento de los jóvenes españoles en el sector audiovisual. Por otro, promover el turismo en la Cuenca Minera poniendo en valor los distintos paisajes y entornos que la conforman.

En lo que respecta al primer objetivo, cabe señalar que la idea del festival surge de la mano de José Vázquez, estudiante de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Este, conociendo la realidad del sector, entendió la necesidad que a día de hoy tienen los jóvenes de encontrar espacios donde hacerse ver, donde crecer como profesionales, e incluso donde poder entablar futuras relaciones de negocios.

Además, de la mano de este segundo objetivo, el festival de cortometrajes pretende posicionar a la Cuenca Minera como un escenario natural, capaz de albergar grandes proyectos cinematográficos y que cuenta con posibilidades técnicas, creativas y estéticas únicas en el mundo. No es la primera vez que las Minas de Riotinto protagonizan un spot de algún vehículo deportivo, un videoclip (recientemente el de la joven promesa Alfred García) o algún largometraje. Sin embargo, a la vista está que las instituciones y organismos no están sabiendo explotar aún todo el potencial.

A estos dos objetivos mencionados, cabe añadir un tercero: la obtención de recursos audiovisuales sobre la localidad y el entorno. En cada edición del festival, los cortometrajes de los equipos cuentan con una misma protagonista: Nerva. Si desde el Ayuntamiento u alguna otra institución quisieran encargar ese mismo trabajo a una empresa privada, el coste que tendría sería mucho superior. El festival permite que, con

un presupuesto low-cost, haya recursos audiovisuales suficientes y actualizados para incentivar el turismo.

3. 2. 2 PLANIFICACIÓN Y TAREAS

El Festival de Cortometrajes SCC Express es un proyecto cuya planificación y desarrollo abarca aproximadamente 6 meses y medio. Para entender en profundidad cómo se planifica la organización del mismo, es interesante enumerar las tareas que se llevan a cabo:

- Actualización de la web del festival y de las redes sociales.
- Firma de acuerdos con las instituciones, para garantizar el apoyo en la edición.
- Búsqueda de patrocinadores y/o colaboradores. Contacto con empresas, negociación de condiciones y firma de acuerdos.
- Diseño gráfico de cartelería y materiales varios (lonas, photocall, roll-up, pulseras..).
- Inscripciones de los participantes vía Formulario Google, email o contacto telefónico.
- Búsqueda de personalidades que conformen el jurado.
- Gabinete de comunicación: envío de notas de prensa, gestión de ruedas de prensa y entrevistas, etc.
- Búsqueda de localizaciones
- Recepción de participantes.
- Comunicación y asesoramiento con los participantes.
- Montaje y puesta en marcha de la Gala de Clausura.

En esta enumeración, pese intentar seguir un orden secuencia, muchas de las tareas se solapan o se dilatan en el espacio. Por ejemplo, aunque el desarrollo del festival propiamente dicho dure un fin de semana, el contacto con los participantes se dilata desde su inscripción hasta después de haber finalizado el festival. En los próximos apartados, se analizarán algunas de las tareas mencionadas.

3. 2. 3 PÚBLICOS, INVITADOS, MECENAS Y COLABORADORES

Uno de los aspectos más importantes a la hora de organizar cualquier evento es la de conocer qué colectivos están implicados, por qué lo están y el grado de interés que estos pueden tener en dicho evento.

Es lógico comenzar por la entidad organizadora: la Sociedad Centro Cultural. Pese haber hablado de ella con anterioridad y conocer sus aspectos esenciales, hay que concretar qué peso tiene el festival dentro de las actividades que la Sociedad organiza. Sin duda, el festival de cortometrajes es el proyecto más ambicioso que tiene la Sociedad actualmente. Pese a no ser el proyecto que deriva un mayor gasto, es el que acapara más horas de trabajo, y el que involucra a más colectivos. Cabe recordar que la Sociedad Centro Cultural cuenta con la única financiación de las aportaciones mensuales de los socios, por lo que los recursos económicos con los que esta cuenta son limitados. Pese a esto, la Sociedad se hace cargo del importe total de los premios (1000€).

Al tener recursos limitados, es necesario la aparición de la figura de patrocinadores, colaboradores, etc. Actualmente, el festival no cuenta con la figura de ningún patrocinador como tal. Las instituciones que colaboran lo hacen en calidad de mecenas. Las más importantes son el excmo. Ayuntamiento de Nerva y Diputación de Huelva, encargados de dar alojamiento a todos los participantes. Tanto el Ayuntamiento de Nerva como la Diputación de Huelva se prestaron desde la primera edición a ofrecer el alojamiento del centenar de jóvenes, algo que para la Sociedad supondría un coste inabarcable. Pese a apostar económicamente por el proyecto, desde la organización manifiestan la falta de interés por el proyecto. Muchos de los miembros del gobierno actual, desconocen la importancia que el festival tiene para la promoción del turismo.

Además de contar con el apoyo de las instituciones públicas, es necesario el apoyo de entidades privadas. Por ello, durante el mes de noviembre y diciembre se volvió a contactar con grandes empresas (cuyo target correspondiese con el perfil de los

participantes: Pepsico, Coca Cola, Pilycrim, Heineken, Corte Inglés, Mediamarkt, Worten... La respuesta de todas estas empresas fue negativa.

También se contactó con grandes empresas de la Cuenca Minera que en ocasiones colaboran con proyectos, como fueron INSERSA, Riotinto Mining, Befesa, y Snell. De algunas de ellas, ni siquiera se obtuvo respuesta. Sin embargo, Snell, empresa joven de telefonía y redes móviles, volvió a colaborar con el proyecto. Gracias a su aportación, el presupuesto en diseño web, campañas en Facebook Ads y material corporativo fue mayor. De hecho, esta edición el festival contó con dos lonas: una con el cartel de esta edición que estuvo colgada en la fachada de la Sociedad durante todo el mes de junio; y otra a modo photocall².

Al contactar con todas estas empresas, además de presentarles el proyecto y el motivo por el que creemos que podría interesarles colaborar con él, se les adjunta el Dossier de patrocinadores³. Este documento recoge los objetivos del festival, el público al que va dirigido, el impacto que tuvo la edición anterior, la forma de colaboración que se solicita, y también qué se les ofrece. Por ejemplo, en el dossier de este año se recoge que los patrocinadores:

- Tendrán presencia en la web del festival (con enlaces a sus sitios web).
- Tendrán presencia en todos los materiales gráficos (cartel; cabeceras de perfiles en las redes sociales; programa del evento; lona de 2x3 metros ubicada en la fachada de la Sociedad durante todo un mes; photocall...).
- Serán mencionados en las notas de prensa enviada a los medios de comunicación, durante la rueda de prensa y las distintas entrevistas concedidas.
- Serán mencionados durante la Gala de Clausura del Festival.
- Entregarán uno de los premios y/o menciones del festival.

Una vez conseguida la financiación, y asegurada la segunda edición del proyecto, era necesario llegar a los participantes potenciales. Este festival está enfocado principalmente en jóvenes estudiantes, egresados o recién salidos al mercado laboral. Es

² Ver Anexo 6 “Diseño gráfico”

³ Ver Anexo 2 “Dossier captación de colaboradores”

por ello, que se contactó con todos los centros públicos andaluces en los que se impartían ciclos formativos de Realización de proyectos audiovisuales y espectáculos, Producción de proyectos audiovisuales y espectáculos; Sonido de proyectos audiovisuales y espectáculos, etc. Entre estos centros destaca el IES Néstor Almendros (Sevilla) y el IES Neruda (Huelva), ya que un número destacable de participantes conocieron el festival en esos centros. Las universidades públicas andaluzas en las que se imparten los grados de comunicación audiovisual también se contactaron, ya fuese con el departamento de comunicación audiovisual o con los gabinetes de comunicación propios de los centros.

La intención de este festival es implicar a todos los colectivos del pueblo, por ello todas las asociaciones fueron invitadas formalmente a la gala. Algunas de estas asociaciones invitadas fueron Concha Espina o Asociación Luna, ambas asociaciones de mujeres; la Banda de música Villa de Nerva; o el equipo directivo y docente del Conservatorio de Música Maestro Rojas y del IES Vázquez Díaz. La invitación fue extensiva también a Befesa, Riotinto Mining e INSERSA, con el fin de que conocieran de primera mano el festival, de cara a futuras colaboraciones. Se contactó con los ayuntamientos de los seis municipios restantes que conforman la Cuenca Minera, recibiendo respuesta únicamente del excmo. Ayuntamiento de Minas de Riotinto. De todas estas entidades, que se hicieron con tres semanas de anterioridad y que fueron reiteradas al acercarse el festival, no se contó con la presencia de ningún invitado.



Por último, se invitó a la Fundación Atalaya Mining y Fundación Riotinto, dos instituciones encargadas de fomentar el turismo y el desarrollo de la Cuenca Minera.

3. 2. 4 BÚSQUEDA DE PERSONALIDADES PARA EL JURADO

Una de las tareas más complejas siempre es la búsqueda de los miembros del jurado. La importancia que recae sobre ellos, hace que se intente contar con personalidades de primer nivel que abarquen todos los ámbitos de un proyecto audiovisual. Estas, según la clasificación analizada en el marco teórico, serían personalidades por sus méritos, cuya notoriedad deriva del ámbito de la cultura. Sin embargo, la gran mayoría de festivales cinematográficos cuentan con una partida presupuestaria dedicada a la contratación (o los gastos derivados) de estas personalidades. El Festival SCC Express, al contar con recursos económicos muy limitados, se enfrenta a un reto aún mayor.

Pese a la negativa de muchas personalidades, que requerían (de manera comprensible) su caché y sus gastos derivados, finalmente se consiguió contar con un jurado envidiable:

- Manuel y Pepe Lagares, más conocidos como Los Hermanos Lagares, ganadores de un Goya al Mejor Cortometraje.

- María Isabel Pérez, actriz sevillana con una amplia trayectoria en teatro musical, que se ha subido a teatros como el Lope de Vega de Sevilla o el Tetaro Philips de la Luz de Gran Vía.
- Francisco Vázquez, como fotógrafo y docente en ciclos formativos de realización audiovisual, su visión resulta de especial interés.
- Rafael Prado, pianista, compositor y doctor en Comunicación Audiovisual.

Este jurado es el fruto de muchas llamadas, contactos por todas las vías posibles (email, LinkedIn, telefónico e incluso Facebook), y meses de trabajo.

Dada la temática de esta edición, se quiso contar también con Andrés Vega director del festival de cine Andalesgai, un festival con temática LGTBI. Sin embargo, pese a haber contacto por 5 vías distintas, no se obtuvo respuesta.

3. 2. 5 RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MATERIALES Y DOCUMENTOS

Uno de los aspectos claves en la organización de un evento es la gestión de las relaciones con los medios de comunicación. Lo cierto es que a día de hoy, aquello que no se conoce no existe. Esta afirmación que puede parecer categórica en exceso, cobra una especial importancia en proyectos como el nuestro.

Por un lado, las entidades que colaboren con el evento están interesadas en la mayor repercusión de este. Aunque la contribución que hagan sea de forma voluntaria y sin esperar una contraprestación a nivel comercial y publicitario, las empresas agradecen su presencia en medios, y más cuando se les asocia con eventos culturales. Además, de cara a futuras ediciones será interesante tener datos estadísticos de la presencia que los colaboradores de otros años tuvieron en medios gracias a nuestro festival.

Por otro lado, prestigio y notoriedad en muchas ocasiones caminan de la mano. El ciudadano medio entiende que si algo tiene presencia en prensa, con mensajes positivos y de forma constante, es porque es algo bueno e interesante.

El envío de notas de prensa es la forma más sencilla y habitual de relación con los medios. Estos, cuyos recursos son también ilimitados, demandan información con la que llenar sus páginas y que no les suponga demasiado esfuerzo. es por ello que la nota de prensa debe estar redactada en estilo periodístico, facilitando la labor del periodista a la hora de transcribir nuestra información. Si la nota de prensa está bien redactada, es posible que los medios la incluyan de manera casi literal. Desde el punto de vista del profesional de un gabinete de comunicación, esto es ideal, ya que los mensajes llegan a los lectores tal y como han sido diseñados e ideados.

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en la gestión de las relaciones con los medios de comunicación es ser realista. Para que un medio se interese en nuestro proyecto, este tiene que resultarle noticioso. Como hemos dicho anteriormente, en España cada vez hay más festivales cinematográficos, de largometrajes y cortometrajes, y muchos de ellos con mayor envergadura, presupuesto y medios. Ser consciente de que nuestro festival pueda carecer de interés a nivel nacional, no es para nada negativo, sino más bien una baza a nuestro favor. Los medios locales y provinciales son los que, a priori, más interesados pueden estar en el festival. Dedicar recursos (ya sea tiempo o dinero) en intentar despertar la atención de medios nacionales, puede suponer un derroche innecesario. Es por esto que, en el directorio de medios que ha desarrollado el festival, los medios locales y provinciales son los que cobran mayor importancia. A parte de estos medios locales, es conveniente prestar especial atención a medios específicos interesados en el mundo audiovisual, como puede ser Filamnd. Por último, teniendo en cuenta que la temática de la edición era la Diversidad Sexual, los medios con una línea editorial LGTB también podrían encontrar noticioso el festival.

Otro de los aspectos a tener en cuenta es prestar atención a la relación interpersonal con los periodistas. Si el profesional de determinado medio suele estar dispuesto a recibir nuestras notas de prensa, se debe cuidar el trato con él. Algo tan simple como felicitarle por un reportaje, enviarle la información en primicia, u ofrecerle recursos exclusivos (gráficos, imágenes, etc), pueden ser clave para nuestra futura presencia en redes. A la

larga, esta relación se consolidará e incluso ellos pondrán más atención en nuestro proyecto.

El Festival de Cortos SCC Express, pese a celebrarse en junio, comienza su promoción en marzo. Durante estos meses, se enviaron cuatro notas de prensa. La primera de ellas, informando de la nueva edición días antes de que se abriese el plazo de inscripción (26 de marzo); una segunda anunciando el cierre de las inscripciones y augurando el éxito de esta segunda convocatoria (23 de abril); la tercera nota de prensa anunciaba a las personalidades que iban a formar parte del jurado (20 de junio); y la última nota de prensa, en la que se anunciaba la temática sobre la que versarían los cortometrajes, que se envió a los medios el día 25 de junio pero que estaba embargada hasta el 28 de junio por la tarde. Esta última nota de prensa, además de a todos los medios locales, fue enviada a Togayther, revista cultural y de ocio LGTBI de Andalucía. En el apartado de anexos, se encuentran todas las notas de prensa enviadas.

Complementando el envío de las notas de prensa, durante el período promocional del festival se realizaron dos entrevistas telefónicas, una rueda de prensa en Diputación de Huelva y una entrevista de radio . Estas dos entrevistas telefónicas se concedieron a Filmand, medio que después publicó un artículo sobre el festival; y al programa televisivo Más que planes (Mas Huelva TV) a través de un falso directo en plató. El 27 de junio, un día antes de que diese comienzo el festival, se convocó una rueda de prensa en Diputación de Huelva en la que comparecieron el excmo. Alcalde de Nerva, D. Jose Antonio Ayala, la concejala de cultura, D^a. Dolores Ballesteros, y el director y portavoz del festival, D. José Vázquez González. A esta rueda de prensa acudió, entre otros medios, un periodista de La Hora Sur (Canal Sur Radio) que solicitó una entrevista con el portavoz del festival al finalizar la rueda de prensa. Esta entrevista, realizada en falso directo, fue emitida ese mismo día en el programa La Hora Sur a las 12:30 y con una duración cercana a los 8 minutos.

Por último, el Ayuntamiento de Nerva edita anualmente la revista “Nerva”, donde recogen los hechos noticiosos más importantes del año, exposiciones, poemas y demás información de interés cultural. En la edición de este año, publicada el 1 de agosto, la

periodista Carmen Alcázar dedica cuatro páginas para hablar del festival: cómo surgió, cuál es su funcionamiento, qué repercusión tiene para el pueblo, cómo transcurrieron las primeras ediciones...

En total, como se puede observar en el resumen de prensa⁴, la II Edición del Festival de Cortos SCC Express estuvo recogida en medios de comunicación un total de 29 veces.

FECHA	MEDIO	TITULAR	ENLACE
26 de marzo	Onda Minea	Convocado el II Festival de Cortos SCC Express	https://t.co/uAgf8gpfVG?amp=1
26 de marzo	Huelva Ya	Nerva acogerá del 28 al 30 de junio su II Festival de Cortos SCC Express	https://t.co/I37r2xPWUB?amp=1
26 de marzo	Huelva Buenas Noticias	Nerva volverá a convertirse en un plató de cine	https://t.co/kRq8U0UMPq?amp=1

Fragmento del resumen de prensa.

3. 2. 6 CRONOGRAMA

Este documento, que tal y como se comentó en el marco teórico es de gran ayuda en el devenir y la preparación de un proyecto, se ha realizado esta edición por primera vez. A nivel práctico, facilita la resolución de problemas que surgen con frecuencia en eventos de este tipo: saber dónde estará determinada persona para localizarla, controlar los horarios de todas las personas implicadas, reservar los espacios de trabajos necesarios, etc.

Dada la duración del evento en sí, se han elaborado dos cronogramas. El primero de ellos abarca desde la recepción de los participantes hasta la entrega de sus trabajos. El segundo, detallada pormenorizadamente la estructura de la gala, el orden de intervención y el tiempo que se dedicará a cada sección. Ambos cronogramas, se encontrarán en el apartado de *anexo 5 “Cronograma”*.

⁴ Ver Anexo 4 “Resumen de prensa”

CRONOGRAMA				
DÍA	HOR A	LUGAR	RESPONSABLE / INTERVIENE	DESARROLLO DE ACTIVIDAD
Viernes 28	10:00	Sociedad Centro Cultural	José Vázquez González (director del festival) y Matías Navarro (colaborador de la Sociedad)	Izada de la bandera LGTBI en la fachada de la Sociedad Centro Cultural.
Viernes 28	11:00	Instalaciones externas	Matías Navarro	Ejecución estructura photocall

Fragmento del cronograma.

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOS SCC EXPRESS PROGRAMACIÓN

VIERNES 28 JUNIO
 10:00-15:30 Recepción de grupos y participantes en la Sociedad Centro Cultural (C/ Antonio Machado, 7)
 16:00 Reunión, reparto de localizaciones y temática. Tratado al alojamiento de los participantes

SÁBADO 29 JUNIO
 ¿Empezamos los rodajes? Nerva y la Cuenca se convertirán en un plato de cine.

DOMINGO 30 JUNIO
 13:00 Entrega de los cortometrajes y de la documentación pertinente
 14:30 Comida para los participantes y los miembros del jurado
 17:30 APERTURA DEL TEATRO VICTORIA Y PHOTOCALL
 Los asistentes podrán fotografiarse con los miembros del jurado y el Goya
 18:00 GALA DEL II FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS
 Visionado de los cortometrajes y entrega de premios
 *Fuera de concurso se visionarán los cortometrajes rodados por alumnos del IES VÁZQUEZ HIAZ

28-29-30 JUNIO
NERVA (HUELVA)

ORGANIZA: SCC EXPRESS
 COLABORA: HUELVA, Snell

www.sccexpressfestivalnerva.com / sccexpressfestival@gmail.com

El cronograma es un documento de uso interno, con un diseño pragmático y muy detallado. Una vez elaborado este, es aconsejable elaborar un PROGRAMA del evento, que se enviará a medios y se difundirá a redes. Este programa resume las fechas, lugares y acciones más importantes. En el festival, el programa ha seguido la estética de todos los documentos gráficos, y ha sido difundido también a medios a través de la Diputación de Huelva.

3. 2. 7 GALA DE CLAUSURA

3. 2. 5. 1 RECEPCIÓN DE INVITADOS

Tras el envío de las invitaciones comentadas en apartados anteriores, durante el photocall estaba también programada la recepción de distintas personalidades que habían confirmado su asistencia. Entre ellas destacaba el representante de la Fundación

Riotinto y una representante del Ayuntamiento de Minas de Riotinto. Por lo tanto, cuando se elaboró el seating, se contó con: la directiva de la Sociedad Centro Cultural, los miembros del jurado, el alcalde y los concejales del Ayuntamiento de Nerva, el representante de Fundación Riotinto, la representante del Ayuntamiento de Minas de Riotinto, y la prensa. Sin embargo, estos invitados no acudieron a la gala. Todos los demás invitados, miembros de la nueva corporación del ayuntamiento de Nerva y los miembros del jurado, ya habían sido recibidos en el almuerzo organizado horas antes.

La ausencia de gran parte de los invitados hizo que sus asientos, colocados en una parte preferente y con la cartela correspondiente⁵ quedasen vacíos. Además, la gala contó también con la ausencia del representante de Snell. Tal y como se recoge en el dossier de colaboradores, estos se encargan de la entrega de uno de los premios o menciones, por lo que hubo que modificar el plan establecido sobre la marcha.

3. 2. 5. 2 ESTRUCTURA

La estructura de la Gala de clausura aparece detallada en el cronograma.

CRONOGRAMA GALA				
DÍA	HO RA	LUGAR	RESPONSABLE / INTERVIENE	DESARROLLO DE ACTIVIDAD
Domingo 30	17:30	Teatro Victoria	Álvaro Román (fotógrafo)	Photocall para autoridades, jurado, participantes y asistentes a la gala. (Posibilidad de fotos con el premio Goya de los Hermanos Lagares)
Domingo 30	17:55	Teatro Victoria	José Vázquez	Invitación a acomodarse. Se detiene el photocall.
Domingo 30	18:10	Teatro	José Vázquez	Discurso de bienvenida.

⁵ Ver Anexo 11 “Seating Teatro Victoria”

		Victoria		
--	--	----------	--	--

3. 2. 5. 3 DISCURSO

En las primeras líneas de este análisis, resaltamos la importancia que tiene la elaboración de un discurso para los portavoces. Improvisar, salvo que las tablas y los años te avalen, no suele tener un buen resultado. Es por eso que los portavoces deben preparar con anterioridad los mensajes: qué se quiere decir, cómo se va a decir, cómo despertar la atención del auditorio...

El discurso que dio inicio a la Gala de clausura de esta segunda edición constaba de tres bloques: bienvenida a las autoridades, dedicatoria a los participantes, y recuerdo de los disturbios de Stonewall.⁶

Si bien la gala no era un acto oficial, la articulación del discurso y la colocación de los invitados, había tenido en cuenta el ceremonial con el fin de impregnar cierto aire de solemnidad a la misma. La primera parte del discurso hacía uso de un lenguaje más serio y ceremonioso, connotando aires de oficialidad.

La segunda y tercera parte del discurso, la dedicada a los participantes y la memoria LGTBI, se empleaba un léxico más coloquial y la articulación de los mensajes apelaba al lado emocional de los asistentes. Uno de los aspectos a tener en cuenta en la elaboración de un discurso es el grado de implicación y madurez del público. Conocer a la audiencia es necesario para que durante el discursos no desconecten, sabiendo llamar su atención y despertar su interés. Aunque se intente impregnar la gala de solemnidad, una de los aspectos más importantes de cara a presentar un evento es conocer a la audiencia y adecuar los mensajes.

A lo largo de todo el discurso, de forma sutil y constante, se apelaba a la necesidad de sumar apoyos en el futuro para que el festival siguiese creciendo. Tal y como reconocía

⁶ Ver Anexo 9 “Discurso inicial Gala de Clausura”

el portavoz, “aprovechando la ocasión, la prensa y el micrófono”, los discursos públicos son un buen momento para comprometer a las instituciones a que sigan apostando por el proyecto.

Por último, hay que reseñar un aspecto a mejorar. Pese a que la estructura del discurso era correcta, el portavoz del festival titubeó bastante durante su pronunciación. Los nervios, como el mismo portavoz reconoció más avanzada la gala, le jugaron una mala pasada. Es importante, por lo tanto, que los discursos no sólo se elaboren con anterioridad sino que se ensayen hasta no dejar lugar a equivocaciones o nervios.

3. 2. 8 EVALUACIÓN

Este apartado es quizás uno de los más importantes y a en muchas ocasiones el que pasa más desapercibido. En un proyecto en el que se coordinan tantas personas e instituciones, y que tiene una vida tan breve, los errores y las mejoras pueden ser habituales. Para este apartado, tendremos en cuenta el análisis interno que nace de la observación participante que supone haber organizado el festival, y el análisis de los datos recopilado en las encuestas a los participantes⁷.

El punto de vista de los participantes, protagonistas principales del festival, es de gran importancia, de cara a las mejoras y resolución de problemas. A continuación, se recogen algunas de las respuestas de los participantes:

“¿Qué aspectos positivos destacas del festival?”

- La increíble organización y amabilidad por parte de los organizadores y la gente del pueblo.
- Ofrece la experiencia de grabar en un entorno natural espectacular con todo tipo de facilidades. Además, al ser "una maratón", permite hacer "team building" con las personas de tu propio equipo y conocer a muchas personas nuevas con tu misma pasión.

⁷ Ver Anexo 10 “Encuesta de satisfacción de los participantes”

- El ambiente y lo divertido a la vez que exigente de la experiencia. Hace que olvides problemas, que conozcas a gente y te veas en situaciones que no te imaginabas.
- La localización (Nerva se encuentra en un paraje sin igual), la amabilidad y comprensión tanto de los miembros de la asociación como del resto del pueblo y el buen rollo del resto de participantes.
- La organización es estupenda, el trato a los participantes es perfecto, muchísima hospitalidad por parte de los nervenses, localizaciones espectaculares. Mención especial a José por su implicación y dedicación con cariño a los grupos y participantes.

“¿Qué mejorarías del festival?”

- Acondicionar espacios para horas muertas para no morir de calor desde que nos echan del hotel hasta la entrega de premios.
- La calidad de reproducción de los vídeos en el teatro, ya que el audio pierde mucho allí.
- Su duración, estaría muy guay que comenzará el jueves y los participantes contarán con un día más. No solo por sus cortos si no porque significa más tiempo de festival, de convivencia con otros equipos y con tu propia gente y de estar creando, y al tener dos días tienes más margen pero no deja de ser express.
- Que los premios estén más repartidos entre más grupos.
- Añadir Nominaciones, y no nombrar solo los ganadores. Tener en cuenta los medios de cada equipo, el presupuesto y las limitaciones a la hora de juzgar el resultado audiovisual.

“¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival?”

- Me ha parecido fantástica, he aprendido muchísimo y repetiría.
- Este festival es genial por la dinámica que adquiere. Estar un finde con tu equipo (que posiblemente sean o se conviertan en tus amigos) en una experiencia que anima a la aventura es único, más en un lugar como Nerva. Sin duda estoy deseando volver el año que viene.
- En resumen una gran experiencia, buen trato con la gente de la organización y locales del pueblo, aunque el servicio en los restaurantes un poco lento. Una

tierra maravillosa para visitar acompaña las ganas de trabajar y lo hacen mucho más placentero, una desconexión muy intensa del día a día.

- Nueva, refrescante y divertida. Repetiría sin dudarlo.

“Si te queda algo más que decir, aprovecha este apartado”

- Quiero dar las gracias a la Sociedad por este festival ya que ayuda mucho con el alojamiento y nos tratan genial. Es una oportunidad para los jóvenes. Los premios deberían haber estado más divididos. Pero quiero dar las gracias de nuevo por esta experiencia.
- La paella estaba buenísima! Han faltado algunos cuantos ventiladores y aires acondicionado, jeje si hace tanto calor la organización podría proveer a los grupos con abanicos o bebidas frías que ayuden a combatir el calor.
- Descuentos o posibilidad de piscina para los tiempos muertos/ espacio para resguardo de calor ya que tuvimos que salir del hotel muy pronto y no sabíamos la hora de salida.

Después de analizar las respuestas de los participantes, se atisban distintos puntos en común:

- Organización y comunicación positiva entre el festival y los participantes.
- Satisfacción generalizada entre los participantes, pese al cansancio y el estrés derivados del festival.
- Necesidad de crear un lugar de descanso, actividades paralelas para los participantes o soluciones para las temperaturas adversas.
- Modificar las localizaciones, de forma que sean más accesibles y reconocibles.

Otra de las puntualizaciones más generalizadas entre las respuesta fue el reparto de premios. En esta segunda edición, el cortometraje Nervasmus obtuvo 6 de los 9 premios. La decisión del jurado fue unánime. Sin embargo, tras el trabajo de todos los equipos, esto supuso un malestar generalizado. Como posible solución, antes de entregar el premio de cada categoría sería recomendable mencionar tres nominados.

En cuanto a los conocimientos obtenidos a partir de la observación participante durante la organización y el desarrollo del festival, y las entrevistas en profundidad al presidente de la Sociedad y al director del festival, algunos aspectos a mejorar reseñables son:

- La urgente necesidad de implicación, no sólo económica, de las instituciones, y la incorporación de nuevas entidades colaboradoras.
- La implicación de otros municipios de la Cuenca Minera como posible vía de crecimiento del festival de cortometrajes.
- Los recursos limitados (principalmente de personal) debilitan la estrategia en redes sociales. El festival necesita una mayor actividad en redes sociales, pese a haber mejorado con respecto a la edición anterior.

Por otro lado, los aspectos positivos que han mejorado o están en transcurso de mejorar son:

- La elaboración de nuevos documentos no tenidos en cuenta en la primera edición (material para el jurado, dossiers para patrocinadores, etc) imprime al festival mayor carácter profesional.
- La presencia en medios de comunicación ha mejorado cuantitativa y cualitativamente con respecto a la primera edición, gracias en parte a una mejor gestión de la cartera de periodistas y un trato más cercano.
- El jurado de esta segunda edición ha crecido cualitativamente, abarcando profesionales de todas las áreas de la creación de un proyecto audiovisual (el fotógrafo y docente, Francisco Vázquez; el pianista, compositor y doctor en Comunicación Audiovisual, Rafael Prado; la actriz María Isabel Pérez; y los cineastas, premiados con un Goya, Manuel y Pepe Lagares).

Lo cierto es que los resultados de este apartado, son de gran interés para aquellos que quieran conocer la realidad de un festival de primera mano. Gracias a los resultados detallados en este apartado, se puede entender con mayor cercanía los obstáculos que surgen durante el desarrollo de un proyecto de esta índole.

En primer lugar, resulta positivo que los participantes destaquen el buen hacer de la organización, la comunicación con la misma y la planificación en sí. En cierto modo,

esto supone un gran porcentaje del éxito de un evento de este tipo. El festival tiene como protagonistas a sus participantes, y su satisfacción será una de las primeras metas que deben alcanzar los organizadores. Una de los primeros pasos que se deben seguir a la hora de organizar un proyecto cultural es conocer qué clima se quiere crear. Algo en lo que no muchos autores reparan, es que no todos los festivales deben tener un ambiente académico o formal. Conocer al público y entender qué supone el festival para ellos, es fundamental para gestionar los mensajes y el tono que se utilizará en su comunicación.

En segundo lugar, tanto los participantes como los propios organizadores son conscientes de que hay algunas carencias técnicas. Estas carencias son fruto principalmente de la falta de recursos. Por ejemplo, una de las sugerencias se refería a la calidad del visionado. Para la Sociedad es imposible asumir el gasto de una proyección a nivel profesional, por lo que tiene que hacer uso del equipo técnico del que dispone. Sin embargo, desde la directiva apuntan que el visionado tiene una calidad aceptable, algo que incluso ha afirmado el jurado durante la gala de clausura. Sea como fuere, lo cierto es que es necesario contar con más ingresos de cara a seguir mejorando y creciendo en futuras ediciones.

Por último, es conveniente resaltar que, pese a la juventud del festival, para muchos jóvenes se ha convertido en una parada obligatoria de su verano. Tanto es así, que algunos de los participantes de la edición anterior han solicitado que se les avise con prioridad cuando se abra el plazo de la tercera, para no quedarse sin plaza. Queda un rayo de luz para todos aquellos que se aventuren a iniciar nuevos proyectos: por muy limitados que sean los recursos, con creatividad y pasión, se pueden lograr grandes resultados.

4. CONCLUSIONES

A la luz de los datos arrojados por esta investigación, analizando en profundidad los resultados obtenidos del estudio de caso, la observación participante, las entrevistas en profundidad, el análisis de los documentos de la organización, y la revisión bibliográfica, se han llegado a varias conclusiones.

En primer lugar, se ha elaborado un marco teórico generalista pero que abarca todas las teorías y conocimientos relevantes en la organización de un festival cultural y cinematográfico. Partiendo de un núcleo común que son las relaciones públicas, se ha profundizado en la importancia de la comunicación dentro de estas. Después, se ha indagado en la organización de eventos como forma de comunicación, y todo lo relacionado con estos: la aplicación del protocolo y ceremonial, la búsqueda de financiación, los invitados, la planificación y producción del evento, la gestión de las relaciones con los medios de comunicación, etc. Lo cierto es que, habiendo realizado una revisión bibliográfica bastante extensa, en la que se han incluido tesis y artículos académicos, este trabajo es el que aporta una visión más amplia sobre la organización de proyectos de esta índole. Aún así, se han quedado algunas áreas sin analizar, como es la gestión en redes de un festival cinematográfico, ya que en sí misma puede suponer otro trabajo. En un futuro, esta puede convertirse en una línea de investigación para otros estudiantes o investigadores, y este trabajo será, presumiblemente, un buen mapa del que partir.

Uno de los aspectos sobre los que parte este trabajo es el sentido que tiene la organización de un evento de esta índole en el marco de una localidad onubense. Algo que para muchos pudiera ser fortuito, se ha comprendido entendiendo el contexto sociocultural en el que se desarrolla. Por un lado, la importancia que han tenido los casinos y su apuesta en la cultura a lo largo de la historia de la localidad. Por otro, la necesidad de renovación y regeneración que tenía la Sociedad Centro Cultural, y que deriva en la organización de eventos para jóvenes. Tener en mente estos factores, es necesario de cara a la organización de nuevas ediciones, porque aunque evolucionen no se debe olvidar el por qué de proyectos de esta índole.

El festival surge de forma casi accidental, con un doble objetivo que lentamente parece llevarse a cabo. Por un lado, el talento joven es el co-protagonista de todo un fin de semana de cine. Por otro lado, se fomenta el turismo de la otra co-protagonista: la cuenca minera. Lo positivo de este evento es, que aunque en su primera edición los objetivos se formularan de forma intuitiva, a lo largo de este trabajo se ha observado que todos los estudios existentes relacionados con la organización de proyectos de este tipo, lo analizan desde la perspectiva del turismo. Actualmente, los vecinos de la localidad se implican de forma pasiva, aunque cada vez más participativa. El tejido empresarial tiene una débil implicación, y es uno de los aspectos en los que hay que ahondar de cara a futuras ediciones. A priori, lo más difícil, que es entrar en el “mercado” de festivales y darse a conocer, ya está conseguido. Por lo tanto, la Sociedad Centro Cultural seguirá apostando por este proyecto e centrando esfuerzos en conseguir convenios de sponsorización o colaboración.

El cuarto objetivo secundario que se planteó en este trabajo era el de identificar las distintas etapas organizativas de un festival cinematográfico. Haciendo un repaso por los libros de no pocos autores, y sin haber escrito ninguno de ellos particularmente sobre la organización de un festival cinematográfico, se han enumerado las etapas que se ha de tener en cuenta a la hora de enfrentarse a la organización de un proyecto como este. No obstante, lo mejor es hacer un repaso de cada una de ellas, confrontando la teoría del marco teórico con la realidad observada en el análisis del caso del Festival de Cortos SCC Express.

Todo proyecto comienza con una idea o concepto. Este concepto establece las bases del por qué, el cómo y que se pretende conseguir. Dicho de otro modo, en esta primera fase se establece la esencia del proyecto, sus objetivos, su misión e incluso sus valores. Algo que teóricamente se debe hacer tras un análisis en profundidad y detallado, vemos que en el caso que hemos estudiado surgió de forma casi fortuita e innata, y que se fue perfilando durante la primera edición y consolidándose en esta segunda. El análisis de ese momento no se fundamentaba en ninguna encuesta, entrevista o grupo de discusión, sino en la realidad que vivía el director del festival, desde lo que podemos entender

como observación participante. Este análisis, no metodológico, despertó en su momento dos ideas: la carencia de programas que fomentasen el turismo en su localidad natal, y las escasas oportunidades que tenían los jóvenes en España para mostrar su talento. Hablar de “conocimiento innato” o intuición nos trae a la memoria a los primeros pseudo-profesionales, y es que lo cierto es que, aunque esta etapa no se plantease como tal en la primera edición, su director había recibido formación en esta materia, por lo que lo innato no es más que deformación profesional y bagaje obtenido a lo largo de sus años de formación. Pero, para quien se quiera enfrentar por primera vez a la organización de cualquier proyecto, lo ideal sería analizar en profundidad el contexto en el que se desarrolla, y los objetivos que se pretenden cumplir con él.

La segunda etapa es la de firmar los acuerdos con las instituciones. Sea cual sea el evento, casi todos dependerán de una forma u otra de alguna institución. La burocracia en España es un proceso que, para los profesionales del sector, supone mucho tiempo de la planificación. Desde la solicitud de espacios, a las licencias de diversas índoles, pasando por establecer un plan de seguridad con protección civil o policía local, todo esto se dilata de forma notable a lo largo del tiempo. Además, si como en el caso del SCC Express, se requiere el apoyo económico de estos, este proceso puede prolongarse más aún. Esto, como idea general, es lo más frecuente. Sin embargo, en una localidad de pocos habitantes como Nerva, muchas de estas reuniones o solicitudes de permisos se llevan a cabo de una forma más informal y arbitraria. Esto a veces supone un descontrol para el profesional que se quiera ceñir por completo a la teoría, ya que hay que lidiar con aspectos no tratados por ningún autor como las relaciones personales.

Casi a la par de esta segunda etapa surge la tercera, la búsqueda de colaboradores o patrocinadores. Los distintos autores plantean este proceso como una fase sencilla y sistemática, pero la experiencia demuestra que no es del todo así. Una buena agenda de contactos y tener buena relación con los altos cargos de determinadas empresas son las piezas claves para encontrar patrocinadores, sobre todo si el proyecto acaba de nacer.

La cuarta etapa englobará la creación de los documentos del evento, entre los que podemos encontrar todo el material de diseño gráfico. Estas etapas, pese a estar

enumeradas, no son estrictamente secuenciales. Por ejemplo, podríamos considerar que el dossier de búsqueda de colaboradores se enmarca en esta etapa, pero también lo hacen el diseño de invitaciones que tiene lugar meses después.

La quinta etapa es sin duda una de las más importantes en el desarrollo del festival: la inscripción de los participantes. En la gran mayoría de eventos, en la que los participantes son meros asistentes, esta etapa tiene menos peso. Sin embargo, en un festival cinematográfico express, en el que los participantes tienen incluso más peso que los proyectos audiovisuales, esta etapa se convierte en un pilar. Además, es en el momento de la inscripción en el que se establecen las bases de la comunicación con ellos: qué tono emplear, qué nivel de cercanía o distancia se va a tener... Esta etapa no es puntual, sino que es continuada en el tiempo hasta el momento en el que los participantes llegan al festival.

La sexta etapa estaría constituida por la gestión de las relaciones con los medios de comunicación. Tal y como se ha recogido en el trabajo, el éxito de un proyecto depende también de forma indirecta de su notoriedad. Esta notoriedad permitirá acceder a más apoyo económico, obtener mayor prestigio, o simplemente, convertirse en referentes. En esta gestión influyen, según lo analizado, la gestión de la comunicación interpersonal, la planificación de las relaciones con los medios (cuándo se va a contactar con ellos y por qué), y el seguimiento de los medios (¿qué dicen de nosotros?, ¿es lo que queremos que digan?, ¿cómo mejoramos esa desviación?) .

La siguiente etapa sería la producción y ejecución del festival en sí. Desde la recepción de los participantes, hasta el contacto nuevamente con los invitados, pasando por el saludo inicial o la gala de clausura. Durante el evento suelen ocurrir muchas actividades, pero lo ideal es que estas estuvieran bien planificadas de antemano y que no supusieran un esfuerzo extra. Pese a ser elemento cúlmen, desde la dirección del SCC Express señalan que fue el más distendido y relajado, ya que todo el trabajo previo ya estaba hecho, y era un momento de disfrute.

Como se ha recogido en el trabajo, la primera edición del festival se programó de manera intuitiva, sin tener en cuenta ningún marco teórico. El quinto objetivo de este trabajo era medir el impacto que había tenido la aplicación metodológica de los distintos marcos teóricos, en el curso del festival. En esta segunda edición, que ha servido como objeto principal del estudio, se han aplicado los conocimientos detallados en el marco teórico. Esto ha propiciado que, por un lado, la ejecución de los documentos haya sido más profesional, y la gestión del mismo (destacando la relación con los medios de comunicación) haya sido óptima. Por otro lado, como ya se ha puntualizado, es cierto que en otros aspectos como la búsqueda de patrocinadores se ha observado que en localidades pequeñas no influye tanto la aplicación teórica sino los contactos personales e institucionales que tenga la persona responsable del proyecto. Esto es, por mucho que se han elaborado documentos con los que contactar con los posibles patrocinadores, en el ámbito local han influido aspectos personales de los organizadores y las entidades contactadas.

Esta puesta en práctica de la teoría ha propiciado mejoras en cuanto a la presencia de la localidad y del festival en los medios de comunicación. En la primera edición del festival, este fue recogido por 16 artículos de prensa escrita online. En esta segunda edición, su presencia en medios casi se ha duplicado (29 artículos en prensa online). Además, se han gestionado entrevistas en televisión y radio en prime time, algo que mejora cualitativamente las estadísticas. A la vista de lo recogido en el trabajo, cabe recordar la importancia de ser realistas en la gestión de los medios de comunicación, apoyándose en los medios locales para quienes el evento puede resultar más noticioso.

En lo que respecta a la satisfacción de las autoridades, en conversaciones privadas mantenidas con ellos (y que no se recogen en este trabajo), el equipo de gobierno del ayuntamiento de Nerva valora positivamente el devenir del proyecto y prometen seguir apoyándolo. Parte de ese equipo de gobierno (la correspondiente al PSOE, partido que gobernaba con mayoría absoluta y que actualmente sigue haciéndolo), ya fue testigo del desarrollo de la primera edición. En esta segunda edición, se ha querido implicar también a los otros grupos con representación, que tras haber visto por primera vez el

funcionamiento del festival, han valorado el proyecto como algo necesario y algo que desde la oposición seguirán fomentando.

Habiendo concretado todos los objetivos secundarios con éxito, entendemos que el objetivo principal se ha llevado a cabo. Se ha logrado observar la realidad de la organización de un proyecto cultural, descubriendo qué obstáculos pueden surgir, qué procesos requieren mayor tiempo, y cómo solventar los déficits de recursos. Gracias a esto, se ha confrontado la teoría de muchos autores que, en no pocas ocasiones, parecen olvidar que cuando un proyecto nace sus recursos son limitados, con la realidad de la práctica.

Por último, es recomendable analizar en profundidad todo lo recogido en los Anexos, para entender el trabajo llevado a cabo, cómo se ha desarrollado los distintos documentos, y así comprender algunas de las conclusiones a las que se ha llegado sobre la disforia entre teoría y práctica.

Teniendo en cuenta la concreción de los objetivos propuestos, y los datos y conclusiones recogidas por el trabajo, se puede concluir que la hipótesis propuesta se confirma. Por lo tanto, la variable económica influye de forma decisiva en la variable cumplimiento de los procesos y materiales que los distintos autores defienden como necesarios en la organización de un festival cultural (en concreto, cinematográfico). Además, se ha observado que la variable relación personal afecta de forma notable también en la obtención de los recursos económicos. Por tanto, se concluye que en la organización de eventos anclados en una pequeña localidad, las relaciones personales y, por consiguiente, la variable económica, influyen en el cumplimiento de los procesos y materiales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata
- Araújo, N. Y Domínguez, T. (2012). Los festivales de cine como elemento potenciado de destinos turísticos. El caso de San Sebastián. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 121, 31-49.
- Arceo, J. L. (1999). *Estrategias de Relaciones Públicas. Metodologías*. Madrid: ICIE Universidad Complutense de Madrid
- Arceo, J. L. (2003). *Organización, Medios y Técnicas en Relaciones Públicas*. Madrid: ICIE
- Arceo, J. L. (2004). *Las relaciones públicas en España*. Madrid: McGraw Hill
- Asensi, M., Cotarelo, R., Echenique, M. T., Fernández, J. M., Otañe, P., Romero, J., Tamayo, J. J.. (2014). *Relaciones Públicas y Gabinetes de comunicación*. Valencia: Tirant Humanidades
- Barquero, J. y Castillo, A. (2011). *Marco teórico y práctico de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Furtwangen Editores
- Camacho, I. (2017). *Formación de portavoces. Cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos*. Barcelona: Editorial UOC
- Castillo, A. (2009). *Relaciones Públicas. Teoría e historia*. Barcelona: Editorial UOC
- César, J. Y Campos, G. (2010). El necesario protocolo en la comunicación organizacional. *Revista Icono* 14, año 8, vol. 2, p. 182-202. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3301703.pdf>
- Corbetta, P. (2010). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill
- Cuadrado, C. y Rodríguez, R. (2014). *El abc en la organización de eventos*. Madrid: Fundación Confemetal.

- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., Herrero, L. (2012). Repercusiones económicas de los festivales culturales: el caso del Festival de Internacional de Cine de Valdivia. *EURE (Santiago)*, 83. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612012000300005&script=sci_arttext&tlng=e
- Di Génova, A. E. (2010). *Ceremonial empresarial: el ceremonial de las relaciones públicas*. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman
- Di Génova, A. E. (2012). *Manual de relaciones públicas e institucionales. Estrategias de comunicación y tácticas relacionales*. Buenos Aires: Ugerman Editor
- Dios, J. (2016). *Protocolo para la organización de actos oficiales y empresariales*. Antequera: ID Editorial
- Ferrero, M. D. (1999). Capitalismo minero y resistencia subrural en el suroeste andaluz. Riotinto, 1873-1900. *Publicaciones de la Universidad de Huelva*, p 254. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/viewFile/63371/85009>
- Fuente, C. (2005) *Manual práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos II*. Madrid: Ediciones Protocolo
- Fuente, C. (2007). *Protocolo para eventos. Técnicas de organización de actos I*. Madrid: Ediciones Protocolo
- García, E. (2017). *Protocolo en eventos de marketing y comunicación*. Madrid: Paraninfo
- González, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. *Revista internacional de relaciones Públicas*, N°9, Vol. V, p. 153-178. Recuperado de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/301>
- González, F. Y Morales, S. (2009). *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Editorial UOC
- Guarneros, I. (2014). *Más competitivas que pequeñas. Imagen corporativa a la medida de su empresa*. México D.F.: Grupo Editorial Patria
- Hipólito, J. A. (27 de noviembre de 2018). El Centro Cultural de Nerva Celebra su 120 aniversario. *Huelva Información*. Recuperado de

https://www.huelvainformacion.es/vivir_en_huelva/Centro-Cultural-Nerva-celebracion-aniversario_0_1303970084.html

- Hipólito, J. A. (2 de abril de 2014). Francisco Vázquez salva en Nerva una de las Sociedades más antiguas de toda España. *Andalucía Información*. Recuperado de <https://andaluciainformacion.es/andalucia/393879/francisco-vazquez-salva-en-nerva-una-de-las-sociedades-culturales-mas-antiguas-de-espana/>
- Jijena, R. (2009). *Cómo organizar eventos con éxito*. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman
- Jiménez-Morales, M. y Panizo, J. M. (2017). *Eventos y protocolo*. Barcelona: Editorial UOC
- López, E. (2015). *Marketing cultural*. Málaga. IC Editorial
- López Mojarro, M. (2013) *Casinos de Huelva*. Madrid: Azoteas
- Míguez, M. I. (2010). *Los públicos en las relaciones públicas*. Barcelona. Editorial UOC
- Otero, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: Carrera Edició
- Otero, M. T. (2011). *Protocolo y empresa: el ceremonial corporativo*. Barcelona: Editorial UOC
- Otero, M. T. (2015). *La historia del protocolo*. Barcelona: Editorial UOC
- Palencia-Lefler, (2007). Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa. *Anàlisi*, 35, p.153-170. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/15884/1/article%20analisi.pdf>
- Peña Guerrero, M. A. 1993. *El sistema caciquil en la provincia de Huelva. Clase política y partidos (1898 – 1923)*. Ediciones de La Posada
- Pérez, E. (2002). *Comunicación fuera de los medios. “Bellow the line”*. Madrid: Editorial ESIC
- Pulido, M. (2016). *Manual de organización de actos oficiales y empresariales*. Madrid: Editorial Síntesis
- Reyes, T. (1999). Métodos cualitativos de investigación: los grupos focales y el estudio de caso. *Fórum Empresarial*, vol 4, nº1, p 74-87.

- Rodríguez, I. (2007). *Estrategias y técnicas de comunicación*. Barcelona: Editorial UOC
- Sánchez, D. M. (2011). *Fundamentos del ceremonial y del protocolo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Sánchez, D. M. (2016). *Técnicas de organización de eventos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Seitei, F. (2002). *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: Pearson Educación.
- Solano, L. (1999). *Tratado de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000
- Somalo, I. y Melodio, J. (2007). *Marketing digital que funciona*. Madrid: Lid Editorial Empresarial
- Soria, M. (2015 A). *Evaluación y control del plan de medios*. Madrid: Editorial CEP
- Soria, M. (2015 B). *Organización de eventos de marketing y comunicación*. Madrid: Editorial CEP
- Vallejo, A. (2014). Festivales Cinematográficos. En el punto de mira de la historiografía fílmica. Recuperado de [Festivales cinematográficos. En el punto de mira de la ... - e-Archivohttps://e-archivo.uc3m.es › handle › festivales_vallejo_SECUENCIAS_2014](https://e-archivo.uc3m.es/handle/festivales_vallejo_SECUENCIAS_2014)
- Wilcox, D., Cameron, G. y Xifra, J. (2006). *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Educación.
- Xifra, J. (2005). *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Madrid: Paidós Ibérica
- Xifra, J. (2007) *Técnicas de las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC
- Xifra, J. (2008). *Las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC

6. ANEXOS

6.1 ANEXO 1. BASES DE LA II EDICIÓN DEL FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS

II Festival Nacional de
Cortos SCC Express



INSCRIPCIÓN II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOS SCC EXPRESS

La Sociedad Centro Cultural apuesta un año más por el Festival Nacional de Cortos SCC Express, un proyecto novedoso y que en la primera edición contó con más de 86 participantes de todo el territorio nacional.

El Festival SCC Express, más que un festival, es un espacio creativo y de interacción entre jóvenes. La duración del festival es de 48 horas, y la **participación** es totalmente **gratuita**. El **alojamiento** de los participantes es gratuito, gracias a la colaboración del excmo Ayto de Nerva y Diputación de Huelva.

DESARROLLO

1. FASE DE INSCRIPCIÓN

- La participación en el festival es totalmente gratuita.
- Podrán participar en el festival jóvenes de entre 18 a 25 años, ya que el festival está enfocado a estudiantes y recién egresados.
- Para cumplimentar la inscripción, cada equipo deberá abonar una fianza de 10€ por participantes. La fianza se devolverá íntegra cuando el equipo entregue su cortometraje el domingo 30 de junio.
- En caso de que el número de inscripciones sea superior a las plazas, la organización valorará el orden de inscripción, la calidad de algún trabajo previo que se adjunte con la solicitud, y la equidad de géneros en el equipo.

2. RODAJE Y GALA

- Una vez seleccionados los participantes, el festival se llevará a cabo a lo largo del fin de semana del 28 al 30 de junio.
- El alojamiento de los participantes lo proporciona de forma gratuita el Excmo. Ayuntamiento de Nerva y Diputación de Huelva.
- El viernes, los equipos recibirán un sobre en el que se les explicará el tema sobre el que debe versar el cortometraje, así como algunos enclaves obligatorios que deben aparecer para que el cortometraje sea válido.
- A lo largo del sábado, los equipos podrán grabar y montar el cortometraje.

- El domingo a mediodía los equipos deben presentar sus trabajos, que serán exhibidos por la tarde en la Gala. Al finalizar esta, se hará público el fallo del jurado.
- La Sociedad Centro Cultural junto con el excmo. Ayuntamiento de Nerva prepararán un recinto para que los distintos equipos puedan instalarse. Se proporcionará alojamiento a los participantes.

CONDICIONES PARA PARTICIPAR

- Podrá participar cualquier persona que a fecha de 28 de junio de 2019 haya cumplido 18 años, y que tenga un máximo de 25 años (nacidos después del 27 de junio de 1994)
- Los equipos deberán estar compuesto por un máximo de 6 personas. Dentro de este número no se contabilizan los actores que cada grupo debe llevar (un máximo de 3 actores).
- Se valorará positivamente los equipos en los que haya equiparidad de géneros. Este festival tiene entre sus objetivos empoderar la figura femenina en el sector audiovisual.

INSCRIPCIÓN

- El plazo de inscripción se abre el día 1 de abril y terminará el 27 de mayo.
- En la primera Hoja de Inscripción, los grupos deberán incluir a los miembros de su equipo técnico. Una vez haya sido confirmada su participación, y habiéndose cerrado el plazo de inscripción, se les requerirán los datos de los actores y actrices que les acompañarán.
- Previo a la inscripción, los grupos deben abonar la "Fianza"

FIANZA

- La participación al Festival es gratuita. Sin embargo, con el fin de poder organizar de forma óptima el número de participantes, y que no se quede ningún grupo que realmente esté interesado fuera del proyecto, la inscripción se hará previa fianza.
- La fianza será de 10 € por miembro del equipo. Se realizará una primera fianza al inscribir al equipo técnico, y una posterior cuando se envíen los datos de los actores.
- El importe de la fianza será devuelto íntegro el domingo 30 de junio cuando los equipos entreguen sus trabajos, siempre que estos respeten las normas y exigencias del festival.
- Ingreso en cuenta de La Caixa indicando el nombre de la persona de contacto ES78 2100 2693 0902 1000 7307
- En caso de que el número de inscripciones superen el número de plazas, se devolverá la fianza al equipo que haya quedado fuera.
- En caso de que un integrante del grupo no pueda acudir, sólo se devolvería la fianza por hospitalización del participante o fallecimiento de un familiar de primer grado. Sólo se devolverá la fianza de ese integrante, entendiendo que el resto del equipo debe continuar con su participación.

CONDICIONES TÉCNICAS Y TEMÁTICAS

El cortometraje que el equipo presente el domingo, deberá cumplir las siguientes condiciones:

- Ceñirse a la temática propuesta por el Festival.
- Mostrar mínimo tres localizaciones de todas las que proponga la organización. Las localizaciones deben aparecer de forma reconocible.
- Los cortometrajes deberán tener una duración máxima de 5 minutos y mínima de 3 minutos y 30 segundos. Los créditos computarán aparte, teniendo una duración máxima de 30 segundos.
- El cortometraje que se presente deberá haber sido rodado entre los días 28 a 30 de junio de 2019.
- El cortometraje deberá estar en formato mp4 o MOV, con una calidad mínima de 720p.

CÓMO PARTICIPAR

Un miembro de cada equipo deberá rellenar el Formulario de Inscripción que aparecerá en la web. Se deben incluir todos los datos personales del resto de miembros del equipo. Una vez la organización haya recibido el formulario y la fianza de forma correcta, nos pondremos en contacto con la persona de contacto del equipo.

JURADO

La organización elegirá un jurado compuesto por profesionales del sector audiovisual y del arte dramático, así como por docentes de materias relacionadas con la audiovisual y la creatividad.

PREMIOS

El fallo del jurado se hará público al finalizar la Gala que se celebrará el 30 de junio. Se concederán los siguientes premios:

- Mejor cortometraje: 500 euros
- Segundo mejor cortometraje: 350 euros
- Premio del Público: 150 euros

Los premios recibirán un trofeo conmemorativo además de la cuantía económica.

Por otro lado, se entregarán los siguientes trofeos conmemorativos a las siguientes menciones:

- Mejor guión
- Mejor Actor
- Mejor Actriz
- Mejor dirección de fotografía
- Mejor sonido

6. 2 ANEXO 2. DOSSIER CAPTACIÓN DE COLABORADORES



El Festival

- La Sociedad Centro Cultural de Nerva organiza la segunda edición del Festival Nacional de Cortos SS Express, un festival que nace con dos objetivos:

1. Poner en valor el talento de los jóvenes españoles en el sector audiovisual
2. Dar a conocer la Cuenca Minera y su entorno, así como **promover el turismo.**



El Festival

- El Festival es un espacio creativo y de interacción entre los distintos participantes.
- Más que un festival, es una experiencia única, donde la superación, la creatividad y el compañerismo se juntan en un **fin de semana de cine.**

*Fue una experiencia increíble donde nos llevamos nuevas amistades, conocimientos audiovisuales y la gran acogida del precioso pueblo de Nerva. Por supuesto que repetiría
Participante 1ª edición



El Festival **DESARROLLO**

- El **viernes 5** de julio los participantes llegarán a la localidad. Una vez allí, conocerán la temática sobre la que tienen que basar sus trabajos, así como una lista de localizaciones que deben aparecer en ellos.
- Tendrán un plazo de 48 horas para crear, rodar y montar sus cortometrajes.
- El **domingo 7**, se celebrará **la Gala** donde se visionarán los cortometrajes y se anunciará a los ganadores.
- El festival cuenta con **tres premios**: Mejor Cortometraje, Segundo mejor cortometraje, y el premio del público.
- Además, cuenta con menciones al Mejor Guión, Mejor Dirección de Fotografía; Mejor Montaje; Mejor Sonido; Mejor Actor y Mejor Actriz.

El Festival **I EDICIÓN**

PARTICIPANTES



La primera edición contó con **86 participantes** de todo el ámbito nacional, mayoritariamente jóvenes de entre 18 y 25 años.

En esta segunda edición, se restringirá la edad de participación a los 28 años.

El Festival **I EDICIÓN**

REPERCUSIÓN



El Festival I EDICIÓN

REPERCUSIÓN

- 16 artículos en periódicos autonómicos y locales.
- 8 agendas y páginas audiovisuales y de ocio.
- Repercusión en redes sociales institucionales y educativas.
- Más de 20.000 impactos

El Festival I EDICIÓN

OPINIONES Y VALORACIÓN

“ Apoyo en todo momento por parte de la organización y del pueblo en general, todo el mundo estaba dispuesto a echar una mano. **Nos hicieron sentir como en casa**”

“Es una **oportunidad única** para conocer **nuevos lugares** y personas”

“Es un **festival accesible** a todo el mundo en el que hay una competencia increíblemente sana”

“La **implicación** y el **trato** por parte de la organización y del pueblo son **INOLVIDABLES**”

*Respuestas anónimas de los participantes, en una encuesta posterior.

El Festival / EDICIÓN 2019

- Tras el éxito cosechado, este año llevaremos a cabo la segunda edición del festival.
- Contamos con la experiencia del año pasado, mejorando todo lo necesario para que esta edición marque un antes y un después en el sector audiovisual onubense.
- Tanto el excmo. Ayuntamiento de Nerva como la Diputación de Huelva renuevan su compromiso con el festival, al entenderlo como un proyecto de interés sin precedentes.

El Festival / EDICIÓN 2019

COLABORACIÓN

- Un proyecto de tal envergadura, que mueve a un centenar de personas, supone un importante gasto. Por ello, desde la Sociedad centro Cultural abrimos la posibilidad de colaborar con el proyecto.
- Las empresas colaboradoras este año tendrán una mayor presencia, tanto en la fase previa del evento, como durante el evento.

El Festival / EDICIÓN 2019

COLABORACIÓN

- Las empresas colaboradoras con el evento:
 - Tendrán presencia en todos los gráficos y soportes del festival.
 - Se incluirán en los notas de prensa previas y posteriores al festival.
 - Se incluirán, junto con sus logotipos, en la web del festival.
 - Serán mencionadas durante la gala y las ruedas de prensa.

El Festival / EDICIÓN 2019

COLABORACIÓN

Cartel de I II Festival Nacional de Cortos SCC Express.

El cartel tendrá una tirada de 250 unidades, que serán publicadas en sitios de interés. Además, se enviarán a centros educativos de toda Andalucía donde se cursen módulos relacionados con el sector audiovisual



El Festival / EDICIÓN 2019

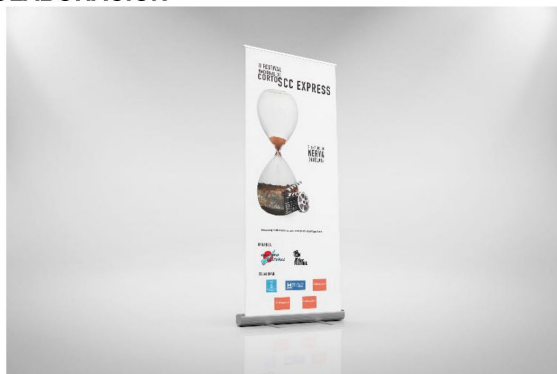
COLABORACIÓN



Photocall de 300x200. Lugar donde se realizarán las fotografías oficiales durante la gala.

El Festival / EDICIÓN 2019

COLABORACIÓN



El Festival / EDICIÓN 2019

COLABORACIÓN

La empresa podrá colaborar al evento con 1000€ que serán destinados a todos los gastos derivados del evento: producción, impresión gráfica, premios...

6.3 ANEXO 3. NOTAS DE PRENSA

SCC EXPRESS FESTIVAL

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOMETRAJES DE LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL (NERVA, HUELVA)

C/ Antonio Machado, 7, Nerva (Huelva)
Teléfono: 622430290
Email: sccexpressfestival@gmail.com

La Sociedad Centro Cultural repartirá 1000 euros en premios

Nerva volverá a convertirse en un plató de cine en el II Festival Nacional de Cortos SCC EXPRESS

La Sociedad Centro Cultural, con la colaboración del excmo. Ayuntamiento de Nerva, Diputación de Huelva y Snell, organiza el II Festival Nacional de Cortometrajes SCC Express, que tendrá lugar entre los días 28 y 30 de junio en Nerva.

Nerva, martes 26 de marzo de 2018

La Sociedad Centro Cultural de Nerva organiza una nueva edición del Festival Nacional de Cortos SCC Express, un evento que convertirá la localidad onubense en un plató de cine durante todo un fin de semana. El Ayuntamiento de Nerva y la Diputación de Huelva proporcionarán alojamiento gratuito a todos los participantes del festival.

El proyecto busca poner en valor el talento y la creatividad de los jóvenes españoles, y promover el turismo en la Cuenca Minera de Minas de Riotinto. El festival es un espacio creativo y de interacción entre los distintos participantes. Actualmente el proyecto está terminando de cerrar las colaboraciones y sponsors, ya que un proyecto de esta envergadura tiene un coste elevado.

La primera edición del festival fue todo un éxito. Casi un centenar de jóvenes de toda España aceptaron el reto de rodar un cortometraje en 48 horas. La dinámica del festival es pionera en la provincia de Huelva: los participantes desconocen la temática del cortometraje y los lugares donde tendrán que rodar hasta que llegan a la localidad. Tras esto, tienen dos días para rodar un cortometraje original, distintivo y con sello propio. La temática del año pasado fue "Sangre", algo que dio mucho juego con el privilegiado entorno que rodea a la localidad.

La inscripción al festival es gratuita, y el plazo se abrirá el 1 de abril hasta el 27 de mayo. Los participantes deberán rellenar su inscripción a través de la web del festival www.sccexpressfestivalnerva.com. Podrán participar los jóvenes entre 18 y 25 años, convirtiéndose en un festival por y para estudiantes. En caso de que hubiese más inscripciones que plaza, la organización evaluaría principalmente el orden de inscripción.

La organización elegirá un jurado compuesto por profesionales del sector audiovisual y del arte dramático, así como por docentes de materias relacionadas con la audiovisual y la creatividad. Actualmente hay confirmadas tres categorías de premios, que suman un total de 1000 euros, y seis menciones al mejor montaje, sonido, actor, actriz, guión y dirección de fotografía.

Continuando con su labor de promover la cultura y acercar la institución a un público más joven, la Sociedad Centro Cultural, la segunda más antigua de España, apuesta un año más por este proyecto.

Contacto: José Vázquez González, director general del Festival.
622430290

SCC EXPRESS FESTIVAL

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOMETRAJES DE LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL (NERVA, HUELVA)

La Sociedad Centro Cultural cierra el plazo de inscripción un mes antes de lo previsto, ante la cantidad de solicitudes.

Las inscripciones para el Festival de Cortos SCC Express desbordan lo previsto

Noventa jóvenes de toda España, agrupados en trece equipos, lucharán por conseguir el premio al Mejor Cortometraje.

Nerva, miércoles 23 de abril de 2019

El Festival de Cortos SCC Express arranca con éxito su segunda edición. En menos de un mes, más de 90 jóvenes de toda España se han interesado por este festival, único en la provincia de Huelva. Los participantes, que desconocerán el tema del cortometraje y las localizaciones hasta llegar a Nerva, disfrutarán de alojamiento gratuito gracias a la colaboración del excmo. Ayuntamiento de Nerva y la Diputación de Huelva. La Sociedad Centro Cultural otorga 1000€ en premios, repartido en las categorías de Mejor Cortometraje, Segundo Mejor Cortometraje y Premio del Público. Las características del festival, el alojamiento gratuito y los premios son un gran atractivo para los participantes. “Sabíamos que se podían superar las cifras del año anterior, pero no esperábamos que fuera tan pronto”, afirma Jose Vázquez, que recintemenete ha apasado a formar parte de la directiva de la Sociedad, y es el encargado de coordinar el festival. De Madrid, Bilbao, Granada, Jaén... cada vez los participantes vienen de lugares más lejanos.

Para Francisco José Vázquez, presidente de la Sociedad, “este proyecto se está convirtiendo en uno de los más prometedores” por su relevancia cultural y en cuanto al turismo. Cabe destacar que los cortometrajes están rodados íntegramente en la Cuenca Minera, por lo que son una muy buena plataforma para promover el entorno natural y monumental de la zona. Las distintas entidades públicas, así como Snell, han querido apoyar por este proyecto que convertirá a Nerva en un plató de cine durante todo un fin de semana.

Los participantes disfrutarán también de descuentos en algunos bares de la localidad. El festival termina convirtiéndose en un espacio donde vecinos y cineastas conviven e intercambian sensaciones. Una de las cosas que más valoraron los participantes durante la primera edición fue el trato recibido por los vecinos y hosteleros. “Fue una experiencia increíble donde nos llevamos nuevas amistades, conocimientos audiovisuales y la gran acogida del precioso pueblo de Nerva”, confiesa uno de los participantes de la primera edición.

SCC EXPRESS FESTIVAL

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOMETRAJES DE LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL (NERVA, HUELVA)

C/ Antonio Machado, 7, Nerva (Huelva)
Teléfono: 622430290
Email: sccexpressfestival@gmail.com

Los asistentes podrán fotografiarse junto a los hermanos Lagares y su premio Goya, antes de la gala que tendrá lugar el domingo 30 de junio en el Teatro Victoria de Nerva

El Festival de Cortos SCC Express, el jurado y el Goya

La segunda edición del Festival de Cortos SCC Express cuenta con un jurado de cine. Los cineastas Lagares, el compositor y pianista Rafael Prado, la actriz Marisa Pérez y el fotógrafo Francisco Vázquez, decidirán los cortos ganadores.

Nerva, viernes 21 de junio de 2019

El éxito de esta segunda edición era indudable. En menos de un mes, la mitad del plazo estipulado, se agotaron todas las plazas de inscripción. Más de 90 jóvenes de todo el territorio nacional se reunirán en Nerva para vivir un fin de semana de Cine. Allí tendrán menos de 48 horas para idear, editar y entregar su cortometraje. Y por si fuera poco, hasta el viernes desconocerán la temática del cortometraje y los lugares en los que rodar.

A esta locura de proyecto, le acompaña un jurado de cine. Los hermanos Lagares, los palmerinos que se hicieron con el Goya por su cortometraje "Los girasoles" y que fueron preseleccionados a dos categorías de los Óscars, formarán parte del jurado de esta edición. A ellos se une Marisa Pérez, actriz sevillana con una amplia trayectoria en el mundo del teatro, del cine y de la televisión, y que ha formado parte del Liceo de Moguer durante varios años (actuando en el Teatro Lope de Vega de Sevilla, o el Teatro de la Luz Philips de Madrid). El fotógrafo y profesor de ciclos formativos, Francisco Vázquez, ha querido formar también parte del proyecto. Por último, el nervense Rafael Prado vuelve a participar como miembro del jurado por segundo año consecutivo. El pianista, compositor, y doctor en comunicación audiovisual, conoce de cerca la labor de la enseñanza y tiene una estrecha vinculación con el sector audiovisual.

La gala tendrá lugar en el teatro Victoria de Nerva el domingo 30 de junio a las 18:00. Allí se visionarán por primera vez los trabajos, el jurado deliberará y se procederá a la entrega de premios. Los participantes y los asistentes a la gala podrán fotografiarse con los hermanos Lagares y su tan ansiada estatuilla.

Contacto: José Vázquez González, director general del Festival.
622430290

SCC EXPRESS FESTIVAL

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOMETRAJES

DE LA SOCIEDAD CENTRO CULTURAL (NERVA, HUELVA)

C/ Antonio Machado, 7, Nerva (Huelva)
Teléfono: 622430290
Email: sccepressfestival@gmail.com

NOTA DE PRENSA EMBARGADA HASTA EL VIERNES 28 A LAS 20:00 H

Nerva, más diversa que nunca gracias al Festival de Cortos SCC Express

El Festival de Cortos SCC Express se viste de Diversidad

La segunda edición del Festival de Cortos SCC Express reta a sus participantes a crear un cortometraje sobre la Diversidad Sexual, en menos de 48 horas.

Nerva, martes 24 de junio de 2019

El Festival de Cortos SCC Express celebra este año su segunda edición engalanándose con la bandera arcoiris. Este Festival Express, único en la provincia de Huelva, reúne a más de 90 jóvenes de toda España en la localidad onubense de Nerva. Los participantes, que desconocían la temática hasta hoy, tendrán menos de 48 horas para rodar un cortometraje en la localidad, teniendo que incluir algunas localizaciones como la Peña de Hierro, el Parque Sor Modesta o Zarandas.

Además, este año el Festival apuesta por la Diversidad Sexual como temática. “Nerva es un pueblo tolerante y diverso, donde la homosexualidad está aceptada”, afirma José Vázquez, director del Festival. “Sin embargo, como miembro del colectivo LGTBI, soy consciente de la existencia de microhomofobia en el día a día”. Para poner fin a estas actitudes, y para ensalzar el carácter tolerante de la localidad, se reta a los participantes a crear historias donde la diversidad sexual sea la protagonista.

“Desde que entramos en la directiva, hemos apoyado y visibilizado al colectivo LGTBI”, afirma Francisco José Vázquez, presidente de la Sociedad Centro Cultural, entidad que organiza el Festival de Cortometrajes. Vázquez, que se inició en la directiva hace cinco años, ha desarrollado debates y tertulias LGTBI durante estos años. “Somos la segunda Sociedad más antigua de España, pero no por ello tenemos que ser los más conservadores”, afirma el nervense. La Sociedad Centro Cultural se ha convertido en un espacio tolerante y seguro, donde el colectivo LGTBI tiene voz y visibilidad.

En la primera edición, el Festival tuvo por temática la “sangre”, algo que dio lugar a cortometrajes lorquianos, sobre la violencia machista, thrillers, etc... En esta segunda edición, el nivel se estima aún más alto. “Estamos seguros que las propuestas nos sorprenderán, e incluso nos emocionaremos con algunas”, dice el director del festival.

La gala donde se visionarán los cortometrajes y se hará entrega de los premios, tendrá lugar el domingo 30 de junio a las 18:00 horas en el Teatro Victoria de Nerva. La entrada es libre y gratuita, y además los asistentes podrán fotografiarse con los Hermanos Lagares y su Goya como miembros del jurado este año. El público también tendrá voto, ya que en sus manos está la elección del Premio del Público, dotado de 150€.

Contacto: José Vázquez González, director general del Festival.
622430290

6. 4 ANEXO 4. RESUMEN DE PRENSA (PRESS CLIPPING)

FECHA	MEDIO	TITULAR	ENLACE
26 de marzo	Onda Minea	Convocado el II Festival de Cortos SCC Express	https://t.co/uAgf8gpfVG?amp=1
26 de marzo	Huelva Ya	Nerva acogerá del 28 al 30 de junio su II Festival de Cortos SCC Express	https://t.co/I37r2xPWUB?amp=1
26 de marzo	Huelva Buenas Noticias	Nerva volverá a convertirse en un plató de cine	https://t.co/kRq8U0UMPq?amp=1
26 de marzo	Tinto Noticias	Nerva será de nuevo un plató de cine a finales de junio	https://t.co/txFhEbSky5?amp=1
26 de marzo	Diario Huelva	En Nerva los prefieren cortos con el festival SCC Express de cine	https://t.co/WrAzEmRRcd?amp=1
27 de marzo	Fundación AVA	Nerva volverá a convertirse en plató de cine	https://t.co/g5DARaaJT2?amp=1
27 de marzo	Junta de Andalucía (Comunidad Profesional)	II Festival Nacional de Cortos SCC Express	https://www.juntadeandalucia.es/cultura/redportales/comunidadprofesional/financiacion/ii-festival-nacional-de-cortos-scc-express
30 de marzo	Huelva Información	Un plató de cine al natural	http://huelvai.info/g5wek2
2 de abril	Comunicación US	II Festival Nacional de Cortos SCC Express	https://comunicacion.us.es/centro-de-prensa/estudiantes/ii-festival-nacional-de-cortos-scc-express

23 de abril	Huelva 24	La segunda edición del festival de cortos de Nerva cierra inscripciones un mes antes de lo previsto	https://t.co/J2qgmzqSCv?amp=1
23 de abril	Huelva Ya	90 jóvenes de toda España lucharán por el premio al mejor corto en Nerva	https://t.co/aOzYZudTi6?amp=1
21 de junio	Onda Minera	Un jurado de película se encargará de fallar los premios del II Festival de Cortos SCC Express que organiza la Sociedad Centro Cultural	https://www.ondaminerar-tv-nerva.es/noticia/ii-festival-de-cortos-scc-express/785
21 de junio	Tinto Noticias	Los hermanos Lagares formarán parte del II Festival de Cortos de Nerva	https://tintonoticias.com/los-hermanos-lagares-formaran-parte-del-jurado-del-ii-festival-de-cortos-de-nerva/...
27 junio	Diputación de Huelva	RUEDA DE PRENSA: Presentación II Festival de Cortos SCC Express	https://www.facebook.com/DiputaciondeHuelva/posts/2852775058129345
27 de junio	Canal Sur Radio	ENTREVISTA RADIO: La Hora de Huelva 27 de junio / 12:30 / Minuto 37 - 43	
28 de junio	MAS HUELVA TV	ENTREVISTA para el programa MÁS QUE PLANES	
28 de junio	Huelva Información	Un jurado de cine fallará el II festival de Cortos de Nerva	https://t.co/F7vg7YReQo?amp=1
28 de junio	Filmand	Festival de Nerva: once maneras (breves) de lucir el cine con Orgullo	https://t.co/mCJBuLyGsc?amp=1

28 de junio	Togayther	El Festival de Cortos SCC Express se viste de diversidad	https://t.co/8z4poUOT4I?amp=1
28 de junio	Territorio Huelva	II Festival Nacional de Cortos SCC Express de Nerva	http://territoriohuelva.com/actividad/ii-festival-nacional-de-cortometrajes-scc-express-de-nerva/
29 de junio	Tinto Noticias	La cuenca se convierte en un plató de cine sobre Diversidad Sexual	https://tintonoticias.com/la-cuenca-se-convierte-en-un-plato-de-cine-sobre-diversidad-sexual/...
29 de junio	Andalucía Información	Los Lagares piden aprovechar recursos y crear un festival de cine	https://andaluciainformacion.es/cordoba/835715/los-lagares-piden-aprovechar-recursos-y-crear-un-festival-de-cine/#!
30 de junio	Ayuntamiento de Nerva	Nuevo éxito del Festival de Cortos SCC Express	http://www.nerva.es/es/ayuntamiento/sala-de-prensa/noticia-en-detalle/Nuevo-exito-del-Festival-de-Cortos-SCC-Express/
1 de julio	Tinto Noticias	Una comedia sobre Diversidad Sexual gana el II Festival Nacional de Cortos de Nerva	https://tintonoticias.com/una-comedia-sobre-la-diversidad-sexual-gana-el-ii-festival-nacional-de-cortos-de-nerva/...
1 de julio	Onda Minera TV	Entrega de premios del II Festival de Cortos SCC Express	Entrega de premios del II Festival de Corto SCC Express
2 de julio	Tinto Noticias	Los hermanos Lagares [...] repasan su trayectoria en una entrevista concedida a Tinto Noticias durante su estancia en	https://tintonoticias.com/nuestra-primera-camara-fue-mas-barata-que-p

		el II Festival de Cortos SCC Express de Nerva	asarla-por-la-aduana/
3 de julio	Huelva Información	Nervasmis es el gran ganador del II Festival de Cortos SCC Express	https://www.huelvainformacion.es/vivir_en_huelva/Nervasmus-Festival-SCC-Express_0_1369363261.html
18 de julio	Fundación AVA	Nervasmus gana el Festival de Cortos SCC Express de Nerva	https://bit.ly/2JLKIMo
1 de agosto	NERVA E	Nerva se viste de “corto”	

6.5 ANEXO 5. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA				
DÍA	HO RA	LUGAR	RESPONSABLE / INTERVIENE	DESARROLLO DE ACTIVIDAD
Viernes 28	10:0 0	Sociedad Centro Cultural	José Vázquez González (director del festival) y Matías Navarro (colaborador de la Sociedad)	Izada de la bandera LGTBI en la fachada de la Sociedad Centro Cultural.
Viernes 28	11:0 0	Instalacione s externas	Matías Navarro	Ejecución estructura photocall
Viernes 28	11:0 5	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez González	Recepción Equipo “Zagales del Neruda” y entrega de acreditaciones de sus acreditaciones.
Viernes 28	11:4 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez González	Recepción Equipo “Aznalmara Producciones” y entrega de acreditaciones de sus acreditaciones.
Viernes 28	13:1 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez González	Recepción Equipos “Octopus Producciones” y “Brutalshots”. Entrega de sus respectivas acreditaciones
Viernes 28	14:3 0	Sociedad Centro	José Vázquez González	Recepción Equipos “I+D Films”, “Bachiqué

		Cultural (SCC)		productions” y “Azogue”. Entrega de sus respectivas acreditaciones
Viernes 28	14:5 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez González	Recepción Equipos “A7Films” y “FemFilm”.
Viernes 28	15: 55	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez González	Recepción Equipo “Nébula”
Viernes 28	16:0 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	Francisco José Vázquez (presidente de la Sociedad Centro Cultural), Dolores Ballesteros (Concejala de cultura), Ylenia Rodríguez (Concejala de juventud y deporte), y José Vázquez González	Saludo inicial a los participantes, entrega de la documentación con la temática y localizaciones.
Viernes 28	16:4 0		Francisco José Vázquez, José Vázquez y Matías Navarro.	Reparto de alojamiento entre los participantes. (Hotel Vázquez Díaz y Albergue Casa Idolina)
Viernes 28	19:3 0	Albergue Casa Idolina	Francisco José Vázquez, Vicente Calleja (colaborador de la Sociedad) y José Vázquez	Acompañamiento a los participantes por las distintas localizaciones. Opcional.

Domin go 30	10:0 0	Teatro Victoria	Francisco José Vázquez, Vicente Calleja y Matías	Preparación del equipo técnico: proyector, altavoces, mesa audiovisual... Colocación del photocall Colocación del escenario: atril, micrófonos, mesa con premios...
Domin go 30	11:0 0 - 13:0 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez	Recogida de los cortometrajes, fichas técnicas y derechos de imagen. Devolución de la fianza de los equipos.
Domin go 30	12:0 0	La Palma del Condado	Diego Pérez	Recogida de Manuel Lagares y Pepe Lagares.
Domin go 30	12:3 0	Peña Bética	Francisco José Vázquez, Vicente Calleja, Matías Navarro, Ángel Rodríguez	Preparación de la comida para las autoridades, participantes y jurado.
Domin go 30	13:0 0	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez y Diego Pérez	Recepción de Manuel y Pepe Lagares (jurado).
Domin go 30	13:1 5	Sociedad Centro Cultural (SCC)	José Vázquez	Recepción de María Isabel Pérez y Francisco Vázquez (jurado).

Domingo 30	14:00	Peña Bética	Directiva, Jurado, autoridades (alcalde y concejales del excmo. Ayuntamiento de Nerva) y participantes	Comida y convivencia
------------	-------	-------------	--	----------------------

CRONOGRAMA GALA (DOMINGO 30 JUNIO)			
HORA	LUGAR	RESPONSABLE / INTERVIENE	DESARROLLO DE ACTIVIDAD
17:30	Teatro Victoria	Álvaro Román (fotógrafo)	Photocall para autoridades, jurado, participantes y asistentes a la gala. (Posibilidad de fotos con el premio Goya de los Hermanos Lagares)
17:55	Teatro Victoria	José Vázquez	Invitación a acomodarse. Se detiene el photocall.
18:10	Teatro Victoria	José Vázquez	Discurso de bienvenida.
18:15	Teatro Victoria	Jose Antonio Ayala (alcalde de Nerva)	Discurso del alcalde.
18:25	Teatro Victoria	José Vázquez Representante "I+D Films"	Presentación y visionado del cortometraje Carmesí.
18:35	Teatro Victoria	José Vázquez Representante "Brutalshots"	Presentación y visionado del cortometraje Desde el

			principio.
18:45	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “Half Lemon Pictures”	Presentación y visionado del cortometraje Nervasmus.
18:55	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “Azogue”	Presentación y visionado del cortometraje Cuerpos habitados.
19:05	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “Bachiqué productions”	Presentación y visionado del cortometraje DenunciApp .
19:15	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “Zagales del Neruda”	Presentación y visionado del cortometraje Sin sentidos anónimos .
19:25	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “Octopus producciones”	Presentación y visionado del cortometraje Gomitas.
19:35	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “The Book Film”	Presentación y visionado del cortometraje Lo sabía.
19:45	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “FemFilm”	Presentación y visionado del cortometraje Etiquetas.
19:55	Teatro Victoria	José Vázquez Representante “A7Films”	Presentación y visionado del cortometraje Kairós.
20:05	Teatro Victoria	José Vázquez	PAUSA: - Entrega del jurado - Votación Premio del

			Público
20:20	Teatro Victoria	Alumnos del IES Vázquez Díaz	Presentación de los cortometrajes (fuera de concurso) de los alumnos del IES Vázquez Díaz de Nerva
20:30	Teatro Victoria	José Vázquez González y miembros del jurado	Intervención de los miembros del jurado
20:40	Teatro Victoria	Francisco José Vázquez, José Vázquez, Jose Antonio Ayala, Sonia Granado (concejala de Juventud), y jurado	Entrega de premios. <ul style="list-style-type: none"> - Mención Sonido (entrega Rafael Prado). - Mención Fotografía (entrega Francisco Vázquez). - Mención Mejor Actriz (entrega Marísa Iabel Pérez). - Mención Mejor Actor (entrega Manuel Lagares). - Mención Mejor Montaje (entrega Pepe Lagares). - Mención Mejor Guión (entrega Sonia Granado) - Premio del Público (entrega Vicente Calleja padre) - Segundo Mejor Cortometraje (entrega

			<p>José Antonio Ayala)</p> <p>- Mejor Cortometraje (entrega Francisco José Vázquez)</p>
21:00	Teatro Victoria	José Vázquez González	Clausura de la Gala y despedida de los participantes.

6. 6 ANEXO 6. DISEÑO GRÁFICO



A la izquierda, el logotipo original. A la derecha, el diseño del nuevo logotipo.



Diseño para la cabecera y encabezados de las redes sociales: Twitter, Facebook y LinkedIn.



Cabecera de los emails enviados a los participantes.

II FESTIVAL
NACIONAL DE
CORTOS

SCC EXPRESS



28-29-30 JUNIO
NERVA
(HUELVA)

ORGANIZA



COLABORAN



www.sccexpressfestivalnerva.com / sccexpressfestival@gmail.com

Cartel oficial de la II Edición del Festival de Cortometrajes SCC Express.

II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOS **SCC EXPRESS** **PROGRAMACIÓN**

VIERNES 28 JUNIO

- 10:00-15:30** Recepción de grupos y participantes en la Sociedad Centro Cultural (C/ Antonio Machado, 7)
16:00 Reunión, reparto de localizaciones y temática. Traslado al alojamiento de los participantes

SÁBADO 29 JUNIO

¡Empiezan los rodajes! Nerva y la Cuenca se convertirán en un plató de cine.

DOMINGO 30 JUNIO

- 13:00** Entrega de los cortometrajes y de la documentación pertinente
14:30 Comida para los participantes y los miembros del jurado
17:30 APERTURA DEL TEATRO VICTORIA Y PHOTOCALL
Los asistentes podrán fotografiarse con los miembros del jurado y el Goya
18:00 GALA DEL II FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS
Visionado de los cortometrajes y entrega de premios
* Fuera de concurso se visionarán los cortometrajes rodados por alumnos del IES VÁZQUEZ DÍAZ



ORGANIZA



COLABORAN



www.sccexpressfestivalnerva.com / sccexpressfestival@gmail.com

28-29-30 JUNIO
NERVA
(HUELVA)

Programación de la II Edición del Festival de Cortometrajes SCC Express. Difusión a medios de comunicación y redes sociales.



Mock Up del Roll-up previo al cierre de colaboradores. Material utilizado en el Dossier de captación de colaboradores.



De izquierda a derecha: Pepe Lagares, Rafael Prado, Francisco Vázquez, Marisa Isabel Pérez y Manuel Lagares en el Photocall previo a la Gala. Posan junto al Premio Goya de los Hermanos Lagares.



Fachada de la Sociedad Centro Cultural tras el izado de la bandera LGTBI. A la derecha, lona de 2x3 metros anunciando el Festival.

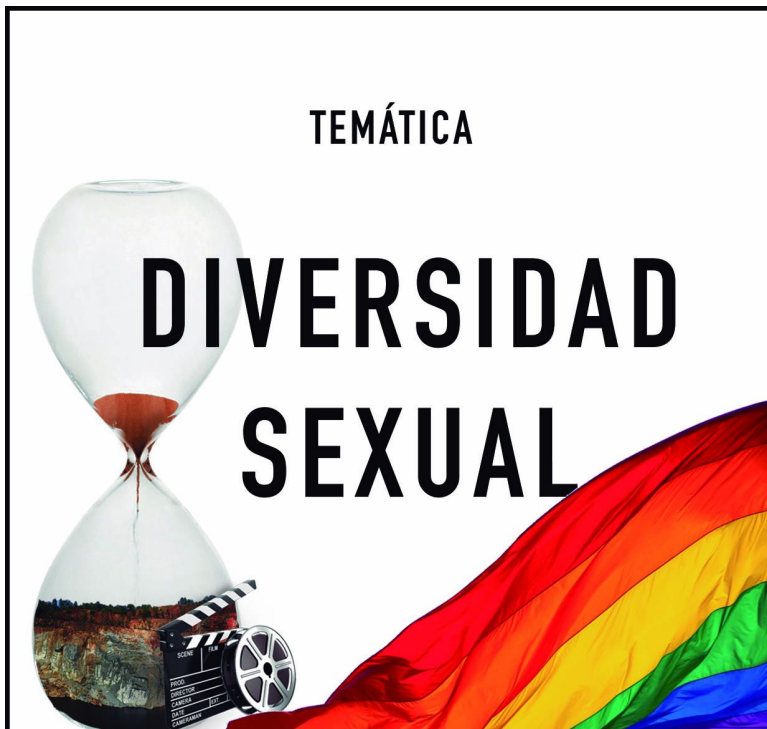
6. 7 ANEXO 7. MATERIAL PARA LOS PARTICIPANTES



Acreditaciones de varios equipos participantes.



Diseño de pulsera para los participantes.



Documento anunciando la temática de la II Edición del Festival.

II FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS

LOCALIZACIONES

Deben aparecer al menos 3 de estas localizaciones, de forma claramente reconocible.



PEÑA DE HIERRO



PARQUE SOR MODESTA



PLAZA MAESTRO ROJAS



AYUNTAMIENTO DE NERVA



SOCIEDAD CENTRO CULTURAL



ZARANDAS



FUENTE DEL VENTOSO



MIRADOR CERRO COLARÓ



BARRIADA DEL POZO BEBÉ, LOS PIRULITOS

Documento con las localizaciones que los participantes debían incluir.

También se les facilitó un Mapa en Google maps con las localizaciones y los lugares de interés señalizados.

<https://drive.google.com/open?id=1XF3whZ6X6Xd4g5WskkwLT8MJSc7t8P8a&usp=sharing>

II FESTIVAL DE CORTOMETRAJES

SCC EXPRESS

DEVOLUCIÓN DE FIANZA

30 de junio de 2019, Nerva

El participante _____, con DNI _____, integrante del grupo _____, CERTIFICA que ha recibido la cantidad de _____€ en concepto de la DEVOLUCIÓN DE FIANZA entrega para la participación en el Festival de Cortometrajes SCC Express celebrado en Nerva.

Firma el Presidente de la
Sociedad Centro Cultural

Firma el participante

Francisco José Vázquez Domínguez

Documento que certifica la devolución de la Fianza al equipo.

FICHA TÉCNICA
II FESTIVAL NACIONAL DE CORTOS
SCC EXPRESS

- Cada grupo sólo podrá entregar un cortometraje con duración mínima de 3 y 30" minutos y máxima de 5 minutos (créditos sin incluir, con una duración máxima de 30").
- Cada grupo trabajará con material técnico de rodaje propio (cámara, móviles, grabadoras, micros, claquetas, iluminación, etc).
- Los equipos deben entregar el cortometraje en formato .avi, .mov o mp4, (1920 x 1080) en un pen drive o disco duro, que será devuelto tras la realización de la copia.
- La organización no se hace responsable si un cortometraje da error de lectura o formato.
- Los participantes ceden a la organización, sin exclusividad, los derechos de comunicación pública, reproducción o distribución de los cortometrajes presentados.

Título original	<i>Cuerpos habitados</i>	
Duración	5:22	
Guión (Autoría)	<i>Idea original:</i> <i>Guión:</i>	
Productora	Nombre	<i>Azogue</i>
	Email	
	Web / RRSS	—
Equipo técnico	Guiónista	
	Director	
	Producción	
	Fotografía	
	Montaje	
	Sonido	
	BSO	<i>Philip Glass</i>
Equipo artístico (Personaje y actor/actriz)		

Género	<i>Experimental</i>
Sinops	<i>Expresión de una lucha interna y social del género no binario y del poliamor</i>
Localizaciones	<i>Zaranda, Peña del Hierro, Pirulitos</i>

La entrega del cortometraje supone la aceptación de todas las bases.

Ficha Técnica del Cortometraje: Cuerpos habitados.

6. 8 ANEXO 8. MATERIAL JURADO

II FESTIVAL DE CORTOMETRAJES SCC EXPRESS

30 de junio de 2019, Nerva

Miembro del jurado: _____

1º CORTOMETRAJE _____		
CATEGORÍA	OBSERVACIÓN	CALIFICACIÓN (1/10)
GUIÓN		
MONTAJE		
FOTOGRAFÍA		
SONIDO		
ACTRIZ		
ACTOR		
COMENTARIO GLOBAL		

Cada miembro del jurado contaba con una carpeta con 11 ficheros como este (uno por cortometraje), donde anotar sus comentarios durante el visionado.

II FESTIVAL DE CORTOS SCC EXPRESS

ACTA ELECCIÓN DE PREMIADOS

30 de junio de 2019, Nerva

Los miembros que conforman el jurado de esta segunda edición: D.^a María Isabel Pérez Rodríguez, D. Rafael Prado, D. Francisco Vázquez Adame, D. Manuel Lagares y D. Pepe Lagares, CERTIFICAN que, tras visionar todos los cortometrajes e igualdad de condiciones y de forma objetiva, han consensuado que los premiados y premiadas en las distintas categorías sean:

1. MEJOR CORTOMETRAJE: _____
2. SEGUNDO MEJOR CORTOMETRAJE: _____
3. MENCIÓN MEJOR GUIÓN: _____
4. MENCIÓN MEJOR MONTAJE: _____
5. MENCIÓN MEJOR DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA: _____
6. MENCIÓN MEJOR SONIDO: _____
7. MENCIÓN MEJOR ACTOR: _____
8. MENCIÓN MEJOR ACTRIZ: _____

Del mismo modo, José Vázquez González, director del Festival, CERTIFICA que, tras recomtar las votaciones del público:

PREMIO DEL PÚBLICO: _____

Firman:

Acta de elección de los premiados, rubicada por los miembros del jurado y el director del festival.

6. 9 ANEXO 9. DISCURSO INICIAL GALA DE CLAUSURA

II FESTIVAL DE CORTOMETRAJES SCC EXPRESS

GALA DE CLAUSURA

Buenas tardes, vamos a dar comienzo a la Gala de Clausura del II Festival de Cortometrajes SCC Express. Cómo no, empiezo dando la bienvenida al presidente de la centenaria Sociedad Centro Cultural, Don Francisco José Vázquez; al Excmo. Alcalde de Nerva, D. José Antonio Ayala, y a todos los miembros de la nueva corporativa del excmo. Ayuntamiento de Nerva; al representante de Snell, colaborador por segundo año consecutivo de este festival, D. Miguel González Cardoso; a la alcaldesa del excmo. Ayuntamiento de Minas de Riotinto, D.a Rocío Díaz Cano, y a todos los miembros de la corporativa del excmo. Ayuntamiento de Minas de Riotinto, y a los representantes de las distintas instituciones de la Cuenca Minera.

Por otro lado, agradecer la presencia del jurado de este año. Como sabéis, este año tenemos el honor de contar con un jurado de cine: D. Francisco Vázquez, fotógrafo profesional y docente en el Instituto Nestor Almendros de Sevilla; D. Rafael Prado, pianista, compositor y Doctor en Comunicación Audiovisual, que además repite por segundo año conductivo; D.a Marisa Pérez, actriz con una larga trayectoria, destacando en teatro musical; y por último, a los Hermanos Lagares, D. Manuel y D. Pepe Lagares, cineastas ganadores de un Goya y preseleccionados a dos Óscars. Además, estos últimos acaban de finalizar el rodaje de su primer largometraje, “El momento que queda”, que ha tenido como protagonista a la Cuenca Minera. De corazón, gracias a todos por asistir.

Gracias también, a los socios de la Sociedad Centro Cultural, que con su cuota hacen posible este tipo de iniciativas. Sin ellos, sin el apoyo del excmo. Ayuntamiento de Nerva, de Diputación de Huelva, y de Snell, esto no sería posible.

Y por supuesto, al público asistente a la Gala. El cine nace para ser visto, disfrutado y sentido, y estoy seguro que pasaremos una tarde fantástica.

Y ahora, si me lo permiten, dejo a un lado los formalismos. He de dejarlos a un lado, y sincerarme con los protagonistas de este festival, los participantes. Soy vuestro más sincero admirador. Gracias por confiar en este proyecto, por vivir con esa pasión el cine, por hacer que nos imperenemos durante todo un fin de semana del séptimo arte. Sé que las horas de sueño han brillado por su ausencia, sé que el cansancio ha hecho grandes estragos, sé que alguno dirá “no volvemos” y el año que viene volverá a estar ahí sentado. No necesito que se proyecten los cortometrajes para saber que el resultado superará todas mis expectativas. El talento que hemos reunido aquí, no tiene palabras

que lo describan. La calidad, artística, técnica y humana de las piezas nos dejará en más de una ocasión con la boca abierta.

Este festival nace con dos objetivos, igual de importantes: y el primero de ellos era visibilizar el talento de los jóvenes en el sector audiovisual. Ha llegado el momento de romper tópicos, de dejar claro que nunca fuimos ninis, que en España se hace cine de calidad, y que tenéis mucho que decir y aportar. Este festival quiere ser voz y escaparate. Bienvenidos y gracias.

El segundo objetivo nos toca de cerca a muchos de los aquí presentes. Como habréis podido comprobar, vivimos en una pequeña-gran joya de cobre, azufre, hierro y oro. Una tierra que se ha bañado en ríos de historia, que ha derramado sangre y que aún

así siempre ha sabido levantarse y curarse las heridas. Paisajes como estos, que permiten que vayas a Marte sin necesidad de cohetes, montado en un tren de vapor o andando entre sus pinos, no se encuentran en ningún otro sitio. La Cuenca Minera nos ofrece un plató de cine al natural, con una infinitud de posibilidades estéticas. Con el Festival y vuestros trabajos, promovemos también el turismo ensalzando la belleza de nuestro entorno. Vuestras piezas, se conviertan en embajadores de nuestra tierra.

Este festival seguirá creciendo, si seguimos sumando apoyos. Todos, nervenses y vecinos de la Cuenca, debemos apostar por proyectos como este que fomentan la cultura y el turismo. Así que, aprovechando la ocasión, la prensa y el micrófono, invito a todas las empresas, instituciones y fundaciones, a que nos ayuden a seguir creciendo en las siguientes ediciones. Al Festival le queda mucha vida, así que vivámosla juntos.

Esta edición, la temática que hemos propuesto a nuestros participantes es la Diversidad Sexual. Sus once cortometrajes, nos hablarán de amor, de libertad, de tolerancia y de diversidad. Tenemos la suerte de ser un pueblo abierto, un pueblo tolerante y diverso, un pueblo donde la homofobia no tiene lugar. Y este fin de semana, desde aquí, haremos nuestro homenaje al 50 aniversario de los Disturbios de Stone Wall. Por los que lucharon, por los que luchan y por los que lucharán, esta gala también va por ellos.

Este festival seguirá creciendo, si seguimos sumando apoyos.

Y sin más preámbulos, doy paso a Francisco José Vázquez, presidente de la Sociedad Centro Cultural.

6. 10 ANEXO 10. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS PARTICIPANTES

Marca temporal	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destaca del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
1/07/2019 16:37:08	Redes Sociales		José y el trato de la gente	Pondría al final del visionado de todos los cortos el cartel o fotograma de cada uno con el nombre porque la gente no suele recordar todos	Si	Descuentos o posibilidad de piscina para los tiempos muertos/ espacio para resguardo de calor ya que tuvimos que salir del hotel muy pronto y no sabíamos la hora de salida.
1/07/2019 16:43:44	Compañeros de clase / profesión	No, considero que ha sido inmejorable.	La increíble organización y amabilidad por parte de los organizadores y la gente del pueblo.	Quizás mejoraría el tema de horarios de manera que haya una mayor integración por parte de los grupos y cooperación.	Me ha parecido fantástica, he aprendido muchísimo y repetiría.	
1/07/2019 16:45:12	Compañeros de clase / profesión		Paisaje, hospitalidad de la gente, reto de hacer un corto en 48h	Jurado y premios	Buenísima! Sin dudar	
1/07/2019 16:46:43	Compañeros de clase / profesión		El paisaje	Que fueran 48 horas reales y en una época de menos calor	Si, ha sido muy buena	
1/07/2019 16:58:05	Compañeros de clase / profesión	No	La experiencia	Tiempo para poder realizar los proyectos	Dura, pero llevas mucha mas experiencia, a la hora de resistencia y fluidez en el trabajo (con mucho sudor y lagrimas).	Que pudiera ser en época o fechas con temperaturas más reguladas.
1/07/2019 17:01:03	Compañeros de clase / profesión		El trato y la hospitalidad	Nada	Espectacular, repetiría sin duda	

	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destaca del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
Marca temporal	Plataforma Evennial	No	Ofrece la experiencia de grabar en un entorno natural espectacular con todo tipo de facilidades. Además, al ser "una maratón", permite hacer "team building" con las personas de tu propio equipo y conocer a muchas personas nuevas con tu misma pasión.	Al ser de viernes a domingo y tener la fecha de entrega tan próxima, los equipos trabajan a contrarreloj y no toman el tiempo de relacionarse entre ellos hasta el domingo. Estaría bien organizar actividades grupales (como la comida con el jurado del domingo) también el viernes, para empezar a conocernos entonces. Los problemas de tiempo también podrían solucionarse anunciando la temática antes (por ejemplo el jueves), para que los equipos pudieran llevar una idea sobre cortometraje formada de casa y el viernes se dedicara a estas actividades sociales y, el tiempo restante, a grabar.	Ha sido muy agotadora, pero también muy enriquecedora. Me gustaría haber tenido un poco más de tiempo para haber podido disfrutar más del pueblo, de la verbena, del paisaje natural que le rodea y de la conexión con otros grupos.	Me gustaría que en la entrega de premios, el jurado también valorara repartir las menciones para que se reconociera el trabajo del mayor número de equipos posibles. Entiendo las menciones como medio de reconocer el trabajo técnico de los cortometrajes que destacan en un departamento pero no llegan a ser redondos como para resultar ganadores a Mejor o 2º mejor cortometraje y, en este sentido, me parece excesivo que un mismo cortometraje sea ganador del primer premio y la mayoría de las menciones. En cualquier caso, como no se puede alterar el fallo del jurado, una forma de dar reconocimiento al mayor número de cortometrajes posibles sin alterar los premios es incluyendo 3 nominaciones para cada categoría. Para el festival, no supondría nada más que añadir unos minutos a la gala (el tiempo que se tarda en decir "los nominados a la categoría tal son x, z e y, y el ganador es..." y para los equipos (que están formados por personas que están empezando en el mundillo) puede ser motivo de alegría pensar "no hemos ganado, pero estábamos nominados a X categoría". Digo todo esto pensando, claramente, que lo que tiene valor del festival no son los premios, sino la experiencia, y estando completamente de acuerdo con el fallo del jurado de esta edición. Pero también entiendo que algunos grupos de personas ciertamente inexpertas puedan ir con un mal sabor de boca tras la gala (cosa que no se tenía antes de la gala, porque todo el mundo estaba contentísimo con su trabajo y la experiencia vivida... Es el efecto psicológico de tener premios). De todas formas, gracias a la organización y en especial a Jose por investigar en línea...

Marca temporal	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destacas del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
1/07/2019 17:14:15	mi grupo de camaras me lo dijo.		Organización y trato muy bueno.	Quizás el último día dejaría que pudieramos tener la habitación del hotel y volver a descansar antes de la gala.	Muy buena!! Claro que si!	Enhorabuena!
1/07/2019 17:21:52	Redes Sociales	No	Todo en general	Dar realmente 48 HORAS. 48 HORAS REALES PEDIMOS. Y que sea en otra época que no veas que calorcita hemos pasado.	Pues una experiencia muy buena y de la que me llevo un sabor agri dulce. Todo marchaba muuuuy bien, y al final se truncó todo y no pudimos enseñar el cortometraje. Repetiremos sin duda.	
1/07/2019 18:27:11	Compañeros de clase / profesión	La organización ha sido increíble	El pueblo y la gente es increíble, el entorno es fantástico y los alojamientos también.	La entrada a algunas localizaciones	Ha sido una experiencia muy enriquecedora y me lo he pasado genial. El año que viene repetiría sin ninguna duda	
1/07/2019 18:35:59	Compañeros de clase / profesión	Nope, cambiaría la restricción de edad	El buen trato de todo el mundo	Las restricciones de edad y el horario de entrega del corte.	Agotadora. Si	
1/07/2019 19:10:15	Compañeros de clase / profesión		El trato a los grupos.	Avisar a los bares de la inmediatez a la hora de la comanda. Tardan mucho en servir y nos come tiempo.	Si, con otro tipo de jurado y criterios.	
1/07/2019 19:14:17	Compañeros de clase / profesión	No	La gente del pueblo es muy maja	Nada	Si, repetiría sin pensarlo	
1/07/2019 19:18:31	Compañeros de clase / profesión		La posibilidad de conocer un pueblo ya que es todo íntegramente en el pueblo lo que ayuda a su conocimiento	Más variedad de localizaciones y lugares	Intensa pero positiva	
1/07/2019 19:28:25	En la escuela	No	Las Localizaciones	Nada	Puede	
1/07/2019 19:39:40	Webs y blogs audiovisuales		El trato	Que ofrecieran medios o igual de condiciones en ellos ya que no todos disponen de un equipo tan bueno	Ha sido muy intensa, si repetiría	
1/07/2019 20:36:09	Compañeros de clase / profesión	La comunicación está muy bien	El formato y los paisajes	Teniendo en cuenta las próximas ediciones que el tema no sea sociocultural y político, sino que al igual que el año pasado desarrollemos temas más independientes y que nos dé más juego para desarrollar un guion	Intensa. Si	Siendo un alojado en el hotel, que por parte de la organización deje clara una hora de salida con el hotel, porque a las 13:00 ya nos tuvimos que ir de allí y teniendo en cuenta las horas de calor, no es conveniente dejar a tantas personas sin un sitio en el que estar hasta el comienzo de la gala.

	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destacas del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
Marca temporal	Compañeros de clase / profesión	No	El ambiente y lo divertido a la vez que exigente de la experiencia. Hace que olvides problemas, que conozcas a gente y te veas en situaciones que no te imaginabas	<p>1. Localizaciones y temáticas: algunas localizaciones han tenido problema de acceso o no ofrecían juego narrativo. La temática está sobreexplotada y no incita a la originalidad, aparte de que cuarta la idea temática. Hay que conseguir el punto justo en el que una idea sea asequible para muchas historias y a la vez tenga un toque original que los participantes deban superar.</p> <p>2. Exigencias de guion: o se alarga el tiempo de duración (veo lo ideal en 7 más 30" de créditos) o se reducen el número de localizaciones obligatorias. Un corto de esta duración muchas veces se ve beneficiado al contener un solo acto, una sola localización o entorno, el tener que introducir 3 localizaciones (y que se les quiera dar peso) mata el ritmo. Aparte, hay muchas localizaciones que no aparecen como obligatorias pero que pueden dar mucho más juego y mostrar igual de bien el espíritu de Nerva (pondría solo 1 obligatoria con auténtico peso en el guion, no solo aparecer). Para exigir la improvisación del guion se pueden usar otros metodos: el poner un lema que se tenga que decir o un objeto que deba aparecer con cierto protagonismo en la trama.</p> <p>3. Negocios locales: Muy lentos en atender y con precios diferentes a los escritos en la carta (para mal).</p> <p>4. Visionado previo de los cortometrajes: el jurado debe poder ver previamente los cortometrajes en condiciones optimas para tomar un veredicto más infundado. Durante una única proyección pueden surgir dudas, no recordar cosas o dejarse llevar por público y distracciones. Aun así, este año el jurado ha tenido una mayoría</p>	Este festival es genial por la dinámica que adquiere. Estar un finde con tu equipo (que posiblemente sean o se conviertan en tus amigos) en una experiencia que anima a la aventura es único, más en un lugar como Nerva. Sin duda estoy deseando volver el año que viene.	Felicitación a la organización (Jose) porque ha sido capaz de crear un auténtico estímulo para creadores, una experiencia que se quedará grabada en la mente de muchas personas y un difusor de cultura.

Marca temporal	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destacas del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
1/07/2019 22:49:43	Redes Sociales		Trato por parte de la organización, facilidades para resolver problemas	Añadir Nominaciones, y no nombrar solo los ganadores. Tener en cuenta los medios de cada equipo, el presupuesto y las limitaciones a la hora de juzgar el resultado audiovisual.	Una experiencia genial. Repetiría seguro.	
1/07/2019 22:51:40	Compañeros de clase / profesión	No	La organización y los paisajes	- Poner localizaciones donde el acceso sea más fácil - Que las habitaciones del hotel se puedan utilizar hasta la hora de la gala al igual que el albergue	Positiva, por su supuesto	
1/07/2019 22:53:00	Compañeros de clase / profesión	No.	El buen ambiente y las facilidades del pueblo.	Que amplien la edad de inscripción hasta los 30 años y que si se tratan temas sociales haya un experto en el jurado que analice el tratamiento del tema en los cortometrajes.	Ha sido muy chulo y quiero repetir el año que viene.	Jose eres to buena gente.
1/07/2019 22:54:46	Compañeros de clase / profesión	No	La localización (Nerva se encuentra en un paraje sin igual), la amabilidad y comprensión tanto de los miembros de la asociación como del resto del pueblo y el buen rollo del resto de participantes.	El tema de las localizaciones. En ambas ediciones no hemos podido aprovechar al 100% algunas de las localizaciones por temas de horario. El año pasado nos encontramos con que la fuente estaba cerrada (con el trastoque de guion que nos supuso) y este el ayuntamiento, como es lógico, no abría el fin de semana.	Una experiencia inolvidable, repetiré si al final el límite de edad se sube o si no se aplica a los actores.	
1/07/2019 23:02:01	Compañeros de clase / profesión	Poner el nombre de los grupos de las fotos usadas en las notas de prensa	La organización es estupenda, el trato a los participantes es perfecto, muchísima hospitalidad por parte de los nervenses, localizaciones espectaculares. Mención especial a José por su implicación y dedicación con cariño a los grupos y participantes.	Dar el tema a las 13:00 aunque sea por WhatsApp para contar con 48h de verdad, añadir más premios.	Un fin de semana maravilloso para desconectar disfrutando lo que más haces en un lugar de ensueño	Quiero dar las gracias a la Sociedad por este festival ya que ayuda mucho con el alojamiento y nos tratan genial. Es una oportunidad para los jóvenes. Los premios deberían haber estado más divididos. Pero quiero dar las gracias de nuevo por esta experiencia.
1/07/2019 23:04:36	Compañeros de clase / profesión		El pueblo, la hospitalidad y el impulso y la oportunidad a hacer cosas nuevas.	Su duración, estaría muy guay ueq comenzará el jueves y los participantes contarán con un día más. No solo por sus cortos si no porque significa más tiempo de festival, de convivencia con otros equipos y con tu propia gente y de estra creando, y al tener dos días tienes más margen pero no deja de ser express.	Nueva, refrescante y divertida. Repetiría sin dudar.	

Marca temporal	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destaca del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
1/07/2019 23:18:53	Redes Sociales		La posibilidad de participar sin muchos gastos económicos, unas localizaciones muy únicas, el buen trato de Jose, la oportunidad de conocer que hacen los jóvenes de España en el mundo del audiovisual, y la de aprender de ellos y de nosotros mismos	Que los premios estén más repartidos entre más grupos.	La resumiría como una experiencia muy intensa a la que debes ir con mucha ilusión y ganas para sacar algo de provecho. Repetiría	
1/07/2019 23:20:04	Compañeros de clase / profesión		Trato recibido, comunicación, disponibilidad, alojamiento	Tema del corto que pueda aprovechar mejor el entorno	Ha sido una nueva experiencia y todo un reto. Hemos disfrutado y sufrido. Repetiría sin duda. La experiencia me hecho aprender de los errores para no cometerlos el año que viene	Sabíamos que habría nivel, pero no tantísimo. Éramos de los más pobres a nivel técnico y a pesar de ello hemos participado junto a productoras. Eso nos motiva a querer hacer las cosas cada vez mejor
2/07/2019 0:03:10	Vine la otra vez		La amabilidad, recibimiento, atención, seguimiento	Las localizaciones, más cuidadas y aseguradas además de posibles fotos en web para visionar desde el alojamiento	Sí	Añadir horarios, fotos y características de las localizaciones aunque fuera con un enlace a Drive con todos los datos para no gastar más papel.
2/07/2019 0:09:38	Compañeros de clase / profesión		Una experiencia inolvidable, conocer gente nueva del sector y hacer amistades.	Descuentos reales en los comercios locales, (grupos grandes gastan mucho dinero) o algún tipo de servicio de catering al que poder optar con la inscripción	En resumen una gran experiencia, buen trato con la gente de la organización y locales del pueblo, aunque el servicio en los restaurantes un poco lento. Una tierra maravillosa para visitar acompaña las ganas de trabajar y lo hacen mucho más placentero, una desconexión muy intensa del día a día.	La paella estaba buenisima! Han faltado algunos cuantos ventiladores y aires acondicionado, jeje si hace tanto calor la organización podría proveer a los grupos con abanicos o bebidas frías que ayuden a combatir el calor.
2/07/2019 0:13:41	Compañeros de clase / profesión		El paisaje y la gente del pueblo	La duración del corto, creo que debería de ser más tiempo.	APRENDIZAJE. sin pensarlo dos veces, estaría encantada	
2/07/2019 2:29:43	Compañeros de clase / profesión	No	Jose y localizaciones	Acondicionar espacios para horas muertas para no morir de calor desde que nos echan del hotel hasta la entrega de premios	Si, gente muy maja, localizaciones preciosas con muchas posibilidades, trato muy bueno por parte de todo el pueblo	Está todo dicho.
2/07/2019 13:41:52	Compañeros de clase / profesión	No	El alojamiento es ideal y mejora mucho poder realizar el cortometraje. La experiencia tanto buscando localizaciones como grabando ha sido muy cómoda gracias a la organización y la gente del pueblo. Estamos bastante contentos con el resultado.	Que el alojamiento tuviera wifi para poder trabajar sin tener que depender de los datos del móvil de alguien del grupo.	Ha sido en ciertos momentos estresante sobre todo a la hora de grabar las últimas tomas por el poco tiempo que había para su posterior edición. Sin duda, repetiría para el año que viene.	Jose eres un crack
2/07/2019 15:59:32	Compañeros de clase / profesión		La cercanía de la organización y la oportunidad que da a los jóvenes de comunicarse	Mayor capacidad para alojar a participantes	Intensa, sin duda repetiría	

Marca temporal	¿Cómo te enteraste del festival ?	¿Cambiarías o mejorarías algo en la comunicación de las inscripciones?	¿Qué aspectos POSITIVOS destacas del festival?	¿Qué mejorarías del Festival?	¿Cómo resumirías tu experiencia en el festival? ¿Repetirías?	Si te queda algo más que quieras decir, aprovecha este apartado.
2/07/2019 23:24:03	Redes Sociales		Las personas de Nerva y organización son super amables, unas buenas localizaciones, buen alojamiento. En general es muy bueno.	La calidad de reproducción de los vídeos en el teatro, ya que el audio pierde mucho allí.	Me ha encantado. Repetiría sin lugar a dudas.	Nos vemos el año que viene en la tercera edición!!
3/07/2019 16:32:36	Compañeros de clase / profesión	No	El trato y atención hacia los participantes	Antes de las votaciones de la gala pondría un fotograma o cartel de cada cortometraje con su título correspondiente. Y también que no sabíamos a qué hora teníamos que dejar el hotel	Muy buena, y sí, repetiría	
4/07/2019 14:46:58	Compañeros de clase / profesión		El trato humano, la información y organización	Que nos den aviso previo de cuando dejar el hotel. Nos pilló de imprevisto y estuvimos el domingo sin un lugar para descansar hasta la gala tras el fin de semana sin descanso.	BUENÍSIMAA!! SIII!!!	

6. 11 ANEXO 11 “SEATING TEATRO VICTORIA”

ESCENARIO																													
FILA 1		14 12 10 8 6 4 2												1 3 5 7 9 11 13											FILA 1				
FILA 2		16 14 12 10 8 6 4 2 1												3 5 7 9 11 13 15											FILA 2				
PALCO IZQUIERDO	2	FILA 3	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 3	1				
	4	FILA 4	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 4	3				
	6	FILA 5	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 5	5				
	8	FILA 6	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 6	7				
	10	FILA 7	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 7	9				
	12	FILA 8	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 8	11				
	14	FILA 9	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 9	13				
	16	FILA 10	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 10	15				
	18	FILA 11	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 11	17				
	20	FILA 12	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 12	19				
	22																								21				
	24	FILA 13																						FILA 13	23				
	FILA 14	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 14						
	FILA 15	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 15						
	FILA 16	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 16						
	FILA 17	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	FILA 17						
	FILA 18	26	24	22	20	18	16	14	12	10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25	FILA 18	

LEYENDA	
	Presidente y vicepresidente de la Sociedad Centro Cultural
	Corporación excmo. Ayuntamiento de Nerva
	Colaborador (Snell)
	Representante Fundación Riotinto
	JURADO
	Corporación excmo. Ayuntamiento de Riotinto
	PRENSA
	Técnicos