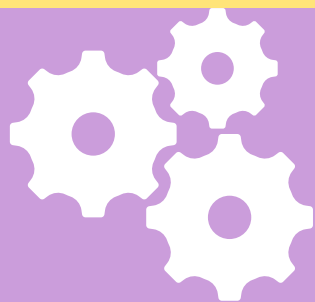


PUBLICATESSEN XVII

INSIDE US

'La intrahistoria de la publicidad'

ACUETRUCHO DUPLA CREATIVA



'Los engranajes de la UVA'

Categoría patrocinada por:



Universidad de Valladolid

**Departamento de Comunicación
Audiovisual y Publicidad**



CATEGORÍA DUPLA CREATIVA

Patrocinador

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

‘ Los engranajes de la UVA ’

Descripción:

Se desarrollará un spot publicitario de hasta 45 segundos con el objetivo de destacar la labor esencial del Personal Técnico, de Gestión, Administración y Servicios (PTGAS) de nuestra universidad. El video debe ser una pieza inédita y original, poniendo en valor el trabajo de limpieza, mantenimiento, asesoramiento técnico, conserjería y demás funciones fundamentales que permiten el correcto funcionamiento del centro.

Objetivo:

El spot debe generar visibilidad y reconocimiento para el PTGAS, promoviendo el respeto, la apreciación y la conciencia sobre la importancia de su labor. Debe convencer a la audiencia de la relevancia de estos profesionales en la vida universitaria y fomentar una actitud más empática y agradecida hacia ellos.

Formato de Entrega:

- Duración del video: tiempo máximo de 45 segundos.
- Formato del video: MP4 (H.264).
- Resolución del video: 1920x1080 px.

Contexto y tema:

Tras varios años en la universidad nos hemos parado a pensar, llegando a percatarnos de que hay muchos aspectos en los que no nos fijamos, dándolos por hecho y los cuales son una parte vital para que el campus y sus instalaciones funcionen, estando listas para su uso cuando nosotros entramos a clase.

El spot para esta categoría debe dar una visión clara sobre la labor y el impacto de estos colectivos en la universidad. Se debe entender a través del acuetrucho el esfuerzo que estas personas ponen día a día y resaltar su presencia para el buen funcionamiento de esta.

El acuetrucho debe homenajear y humanizar de la forma más auténtica, profesional y respetuosa los rostros, testimonios e historias de estos trabajadores. También, el mensaje debe generar una conexión emocional para que así se logren cumplir los objetivos de este, que no son otros que: dar visibilidad, concienciar y valorar a aquellos que no nos paramos a ver.



El video debe abordar la temática de manera creativa y cercana. Puede utilizar recursos emocionales, narrativos o visuales que conecten con la audiencia, desde testimonios hasta situaciones cotidianas que muestren la dedicación del PTGAS. El tono es libre, pero debe equilibrar cercanía y concienciación para lograr el impacto deseado.

Público Objetivo:

Estudiantes y profesores de la universidad de Valladolid del campus María Zambrano.

Pautas de desarrollo:

- **Concepto Creativo:** La pieza debe destacar el rol imprescindible del PTGAS en la vida universitaria de manera original y memorable.
- **Tono:** Puede ser emotivo, reflexivo o incluso con un toque de humor, siempre que cumpla con el objetivo de concienciar y generar aprecio.
- **Narrativa:** Debe contar una historia clara que muestre el impacto del PTGAS en la vida diaria de la universidad.
- **El spot debe cerrarse con un claim** que haga referencia que el mensaje es ofrecido por el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, junto con el logotipo de este departamento.
- **Requisitos Especiales:** El spot debe ser desarrollado por una dupla creativa, es decir, solo dos personas pueden participar en su realización.
- **Concienciación:** Es fundamental que la pieza enfatice la importancia de reconocer la labor del PTGAS y lo esencial que es su trabajo para el buen funcionamiento del centro.

Fecha de entrega: lunes, 17 de marzo de 2025.

