

ACTOS HÍBRIDOS Y EVENTOS MULTITUDINARIOS Reflexiones y pautas



Universidades participantes:

Universidad de Burgos

Marisa Corcuera Mendoza. Jefa de Protocolo

Universidad Politécnica de Madrid

María García Alfonso. Responsable de Protocolo e Imagen Institucional

Índice

1. Introducción
2. Digitalización Aplicada a los eventos:
 - 2.1 ¿Qué es la digitalización aplicada a eventos? en concreto, a nuestros eventos.
 - 2.2 ¿Digitalizamos nuestros eventos o retransmitimos nuestros eventos presenciales?
 - 2.3 ¿Cómo conseguir crear ese vínculo del formato presencial con nuestros usuarios virtuales?
 - 2.4 ¿Cómo hacer un evento multitudinario sin perder nuestra seña de identidad?
 - 2.5 ¿Perdemos la Solemnidad en este tipo de actos? ¿Nos adaptamos a los tiempos o desvirtuamos nuestra tradición?
 - 2.6 ¿La universidad consigue un mayor impacto y alcance con los actos híbridos?
 - 2.7 ¿Nos adaptamos a los nuevos tiempos o estamos desvirtuando nuestra tradición?
 - 2.8 Las plataformas de venta de entradas, ¿reto o rentabilidad?
 - 2.9 Impacto y alcance en nuestras redes sociales
3. Evento Multitudinario #UPMDay2:
 - 3.1 Justificación
 - 3.2 .Misión
 - 3.3 Objetivos
 - 3.4 Fases del Desarrollo del Evento
 - 3.5 Distribución de Espacios
 - 3.6 Distribución de Actos
 - 3.7 Investidura de Nuevos Doctores:
 - 3.8 Plan de Comunicación y Promoción

1. INTRODUCCIÓN

Con la pandemia, los eventos, entre ellos los universitarios, han traspasado la frontera de lo virtual, se han movido a plataformas digitales y lo que antes era algo de uso puntual, ha pasado a integrarse en nuestro trabajo cotidiano: Zoom, Meet, Teams, *webinars*, *streaming*, etc explorando el entorno digital para compensar la dificultad de comunicar en presencial.

Pero ¿esto es todo lo que podemos esperar de la digitalización aplicada al sector? Más allá de la pandemia y el boom de eventos virtuales, ¿qué podemos esperar de este nuevo panorama aplicado a aspectos relativos a las ceremonias multitudinarias?

Podríamos decir que estamos viviendo algo similar a lo que se vivió en el año 1895, en el que se proyectaron al público las primeras películas realizadas por los hermanos Lumière, en la memorable sesión realizada en el Salón Indio del Gran Café de París. Es la aparición del cine, quitando al teatro parte de su monopolio del ocio.

La tecnología de la Inteligencia Artificial está cambiando el modo en el que nos informamos, trabajamos y nos comunicamos. Si bien muchos expertos en materia piden precaución en su desarrollo, muchas empresas la están usando para mejorar sus aplicaciones o sus servicios.

Es el caso de la aplicación para realizar videollamadas Zoom, que acaba de lanzar Zoom IQ. La compañía define esta función como un “compañero inteligente que potencia la colaboración y desbloquea el potencial de las personas a través de la IA generativa”. Entre otras ventajas, permitirá resumir una reunión a la que no se haya podido asistir o si se llega tarde uno se pueda poner al día.

A la espera de lo que nos traerá la Inteligencia Artificial, vamos a analizar un caso real.

El objetivo de este proyecto es demostrar que los eventos en las universidades pueden adaptarse de forma efectiva, utilizando las nuevas tecnologías, a cualquier escenario que se pueda plantear. Para ello, hemos recogido el punto de vista de profesionales de Protocolo de diferentes universidades españolas. En las conclusiones concretamos

varias propuestas que se pueden adaptar convenientemente a nuevas expectativas que nos depare el futuro.

2. DIGITALIZACIÓN APLICADA A LOS EVENTOS

Hay que partir de que la digitalización no es una réplica del modelo presencial, sino que es necesario rediseñar el evento y crear algo distinto con el fin de que todos nuestros actos consigan generar una emoción, una experiencia.

2.1 ¿Qué es la digitalización aplicada a eventos? en concreto, a nuestros eventos.

Esta pregunta abre muchos campos de reflexión. Desde trasladar un contenido a una plataforma tecnológica, digitalizar la experiencia del evento mediante la tecnología en el pre, durante y el pos evento a ser una forma de llegar a nuevos usuarios, llevarles la experiencia de marca y que esa experiencia tenga un compromiso.

La digitalización aplicada a eventos se refiere al uso de tecnologías digitales y herramientas en la planificación, organización, promoción y desarrollo de eventos. Estas tecnologías y herramientas buscan mejorar la experiencia tanto para los organizadores como para los asistentes, permitiendo una mayor eficiencia, participación y alcance.

En el contexto de eventos universitarios, la digitalización puede ser especialmente útil debido a la naturaleza tecnológica de la generación de estudiantes actuales y la necesidad de adaptarse a las nuevas formas de interacción y comunicación.

Y por supuesto, la digitalización viene de la mano de la medición: servirá para arrojar datos del rendimiento de la acción, del comportamiento de nuestro objetivo, ver qué ha funcionado y demostrar para qué se ha hecho ese evento y qué resultado ha tenido, con lo que se deberá poder volcar y reflejar en CRM. Gestión de Relaciones con el Cliente (Customer relationship management).¹

2.2 ¿Digitalizamos nuestros eventos o retransmitimos nuestros eventos presenciales?

No es lo mismo, son dos conceptos diferentes y reflexionaremos sobre ello. ¿Qué es un evento o un acto híbrido? Este término está muy presente en el mundo universitario, queda recogido en las directrices generales para el diseño de los planes de estudio de las enseñanzas

¹ <https://www.eventoplus.com/>

universitarias, en su artículo 14.7. 7. Los estudios oficiales de Grado podrán impartirse en modalidad docente presencial, en la híbrida (o semipresencial) y en la virtual (o no presencial).²

Un evento híbrido, también conocido como acto híbrido, es un tipo de evento que combina elementos tanto presenciales como virtuales. En otras palabras, es una mezcla entre un evento físico tradicional y una experiencia en línea. Este enfoque híbrido busca aprovechar lo mejor de ambos mundos, brindando la posibilidad de que tanto los asistentes presenciales como los virtuales participen y se conecten con el evento.

En un evento híbrido, una parte del público asiste físicamente al lugar del evento, mientras que otra parte lo sigue y participa a través de plataformas digitales, como transmisiones en vivo por internet, videoconferencias, chats en línea o interacción en redes sociales. La tecnología juega un papel fundamental en la viabilidad de los eventos híbridos, ya que permite que las personas de distintas ubicaciones geográficas se involucren y se comuniquen en tiempo real, al mismo tiempo que facilitan la participación de personas con limitaciones de movilidad, así como adaptarse a situaciones con restricciones de capacidad o condiciones sanitarias adversas. Además, ofrecen una mayor flexibilidad y alcance para llegar a audiencias más amplias y diversas. Las universidades han dejado de ser locales para convertirse en globales, los lazos que establecen traspasan fronteras y las alianzas que se forjan son con universidades de otros puntos geográficos de Europa y otros continentes, estos actos estarán presentes porque serán el nexo de unión en estas alianzas.

2.3 ¿Cómo conseguir crear ese vínculo del formato presencial con nuestros usuarios virtuales?

La clave está en crear contenido de valor, generar interés y sinergias. El organizador y el asistente virtual pueden crear esa conexión, pero ¿cómo conseguimos esa conexión entre los propios participantes virtuales? Es un gran reto y no de fácil solución.

² Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Nuestros actos han pasado por diferentes etapas: actos presenciales con conexiones en directo como un aporte tecnológico de nuestra institución; a causa de la pandemia, actos completamente virtuales; siguiendo por actos híbridos con un porcentaje presencial por debajo del virtual para recalcar, de nuevo, en los actos presenciales con un alto porcentaje frente al público virtual. Hemos aprendido, hemos reflexionado y analizado estas modalidades y, creo que hemos llegado a conferir a los actos presenciales un nuevo valor, un aporte que hasta ahora no hemos alcanzado al cien por cien en un acto virtual: conseguir que los dos públicos se fusionen sintiéndose parte del mismo.

Las universidades tienen un gran reto: preservar el protocolo universitario avanzando y yendo de la mano de los nuevos tiempos. “El protocolo universitario constituye un elemento fundamental en el ámbito de la comunicación institucional que debe adaptarse a las exigencias que hoy se le plantean, sin perder su autonomía, su tradición y su propia filosofía”³ y los profesionales de protocolo sabedores de ese reto buscamos esa sinergia entre tradición y vanguardia.

Las universidades forman parte activa en nuestros entornos, en nuestras ciudades, más visible, sin duda, en aquellas ciudades medianas. Somos generadores de eventos, ya que un porcentaje muy importante y nada desdeñable se desarrollan en y por las universidades. Por otro lado, las universidades quieren estar presentes en la ciudad porque ocupan un papel central en el desarrollo cultural, económico y social y una de sus funciones recogidas en la Ley Orgánica de Universidades es la difusión del conocimiento y la cultura a través de la extensión universitaria y la formación a lo largo de toda la vida. La universidad quiere y siente que debe salir a la ciudad y organiza eventos para la sociedad a la que se debe, no sólo eventos culturales, se ha dado un paso más y se quiere poner en conocimiento de todos, los actos propios de la universidad, sus actos solemnes y académicos: sus aperturas, doctorados *honoris causa* y graduaciones, entre otros. Y para ello, para poder acoger a todos en un mismo espacio y poder mostrar tanto los actos solemnes como los académicos en la

³ Conclusiones del IV Encuentro de Responsables de Protocolo y Relaciones Institucionales de las Universidades Españolas, Santander 2005.

modalidad de Evento Multitudinario, salimos fuera de nuestra zona de confort y lo hacemos en la ciudad y para la ciudad.

Varias han sido las preguntas que nos hemos hecho para reflexionar sobre la conveniencia o no de este tipo de eventos multitudinarios y pongo de relieve que las respuestas, dadas por profesionales de diferentes universidades españolas, han ido de la mano de aquellas conclusiones que salieron de uno de los Encuentros de los Responsables de Protocolo y Relaciones Institucionales de las Universidades Españolas.

2.4 ¿Cómo hacer un evento multitudinario sin perder nuestra seña de identidad?

Reflexionamos sobre “nuestra seña de identidad” llegando a enumerar varios elementos que lo conforman: ceremonial, himno universitario, comitivas académicas, traje académico, becas, medallas e insignias, imagen “escudo o logotipo” y leyenda, banderas, entre otros, y todos ellos presentes en los actos universitarios solemnes y académicos. Estos elementos tienen que acompañarnos en los eventos multitudinarios que realicemos en la ciudad. No podemos ni debemos renunciar a ellos, en definitiva, nuestra seña de identidad tiene que acompañarnos e intensificarse en función del número de receptores que tengamos en cada evento.

El protocolo fija las normas y claves en las relaciones entre las personas y debe evolucionar al compás de las nuevas realidades nacionales e internacionales, adaptándose a sus nuevos actores y a sus nuevos escenarios, así como a las nuevas tecnologías, creando armonía entre todos sus elementos, tales como, los criterios de organización, la aplicación correcta, y sujeta a derecho, de las precedencias de autoridades, la elección del protocolo y del ceremonial a seguir, así como de la etiqueta que, implícitamente, y, en función de la naturaleza del acto, vamos a aplicar, pero, todo ello, con la filosofía y el fin último de acercar nuestra institución, a la propia comunidad universitaria, a los agentes sociales, a la empresa, al mundo de la cultura y del deporte, en una palabra, a la sociedad en general en el escenario que elijamos y en cada evento que realicemos.

El miedo a perder la identidad está presente cuando nos planteamos realizar un evento multitudinario. Reflexionando sobre este punto encontramos unas respuestas con una coincidencia casi total:

“Creo que no se pierde la solemnidad en este tipo de actos siempre que se mime y cuide los elementos anteriormente descritos”.⁴

“Si en ese nuevo escenario mantenemos y fortalecemos los elementos identificativos y no renunciamos a los elementos que realzan el significado del acto, no perderemos la identidad del mismo”⁵.

“Ni una asistencia multitudinaria, ni el empleo de medios que permitan un desarrollo híbrido -presencial y a distancia-, ni por su puesto el empleo de plataformas para la gestión de asistencia tiene por qué hacernos perder solemnidad, pues lo importante para mantenerla está en el desarrollo en sí del acto”⁶.

“No necesariamente si se intentan mantener los puntos comentados anteriormente sobre todo en lo que se refiere a los actos solemnes como investidura de doctores y actos académicos como las graduaciones”⁷.

Si analizamos los actos académicos de las graduaciones, éstos se organizan en la mayor parte de las universidades por las Facultades y Escuelas y se realizan en sus propios Centros. En “eventos multitudinarios” transformamos las graduaciones correspondientes de uno o varios Grados o de los Grados de un mismo Centro en LA GRADUACIÓN, en mayúsculas, una única graduación para todos los egresados de una Universidad, o un día con dos o tres actos consecutivos de graduación para aquellas Universidades grandes. Pasamos de lo local “Centro, Facultad, Escuela” a lo Glocal “Universidad”. ¿Qué conseguimos? Fortalecer la imagen, adquirir una única identidad y una gran visibilidad e impacto. Estamos ante un nuevo reto, la creación de un nuevo acto ya no sirve el guión establecido para cada uno de los actos que se realizaban en

⁴ María García Alonso. Responsable de Protocolo de la Universidad Politécnica de Madrid.

⁵ Marisa Corcuera Mendoza. Jefa de Protocolo de la Universidad de Burgos.

⁶ Julián García López. Universidad de Castilla La Mancha.

⁷ María García Conde. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.

cada Facultad, innovamos, creamos y buscamos un nuevo planteamiento para conseguir esa emoción y esa experiencia que debe generar cada acto.

Por todo ello, habrá que tener en cuenta y cuidar especialmente ciertos aspectos claves como: definir la esencia del evento, selección adecuada del lugar, comunicación clara y consistente, programación clara sobre los temas centrales y los valores del evento, participación de la comunidad a la hora de programar el evento, brindar experiencias personalizadas. Cuidar los detalles marcará la diferencia y, no olvidarnos medir los resultados, es importante, evaluar cómo se mantuvo la seña de identidad y qué impacto tuvo en los asistentes. Porque, cada evento es único, y adaptar estas estrategias a la identidad específica del evento multitudinario será clave para mantener su esencia y hacerlo memorable para todos los involucrados. La clave está en mantener el equilibrio entre la logística de un evento grande y la autenticidad de su propósito y valores.

2.5 ¿Perdemos la Solemnidad en este tipo de actos? ¿Nos adaptamos a los tiempos o desvirtuamos nuestra tradición?

Los eventos universitarios tradicionalmente se han caracterizado por su solemnidad, equiparable a seriedad y formalidad. Sin embargo, es posible preservar la solemnidad en este tipo de actos si cuidamos aspectos como la ceremonia de apertura, crucial para establecer desde el principio el tono y la solemnidad del evento; la selección del contenido y temáticas que deben ser coherentes con la naturaleza del evento; marcar un protocolo y etiqueta adecuada; pautar momentos de reflexión durante el evento para que los asistentes interioricen la información recibida y conecten con el propósito del acto; cuidar la decoración para que refleje la importancia del evento y marque la diferencia; transmitir la seriedad y formalidad del evento desde el primer momento en que se comunica y mantenerlo hasta el día del evento lo que hará que atraiga al público adecuado; en definitiva conseguir la solemnidad pero buscando un equilibrio entre la formalidad y la autenticidad.

La universidad está siempre en movimiento, no se puede quedar atrás, tenemos que avanzar y probar cosas nuevas. Hasta el momento no son muchas las universidades, al menos públicas, que se hayan lanzado a este tipo de eventos multitudinarios por

muchos factores: coste económico, recursos humanos, aplicaciones informáticas, pero podemos decir que se empieza a despertar este deseo de salir y mostrar la esencia de nuestros actos, de compartirlos y de hacerlos multitudinarios. Por ello, hay muchos elementos que suman y que nos hacen avanzar, como aprovechar las nuevas tecnologías para dar mayor visibilidad a través de la retransmisión *online* intentando así llegar a más gente, a aquellos que no han podido asistir de forma presencial; buscamos proyectar más y mejor lo que hacemos con retransmisiones en streaming, uso de drones para grabación de videos multiuso -imagen, promoción; nos ayudamos, para organizar mejor la asistencia a nuestros actos, de herramientas ad-hoc institucionales, formularios online, plataformas de inscripción; desarrollamos un trabajo de calidad para informar y contactar con los protagonistas de nuestros actos a través de listas de distribución, plataformas internas de difusión de mensajes; y por supuesto, nos adaptamos a la realidad internacional creciente de nuestros campus, estudiantes internacionales, universidades convenidas, doctorandos internacionales acercándonos a ellos a través de las nuevas tecnologías. Todo ello, sin perder un ápice de nuestras señas de identidad.

Estos Eventos multitudinarios hacen que busquemos y nos hagamos con unas buenas herramientas informáticas, plataformas de ventas de entradas, programas, canales de emisión, elementos sin los cuales no podríamos llevar a cabo este tipo de actos para llegar a todo el público en nuestros actos híbridos.

Herramientas que nos facilitan el trabajo, organizan nuestros actos y nos hacen llegar hasta nuestros invitados, hasta nuestro público. Herramientas como Symposium para crear entornos específicos para los actos y control de asistencia, canales propios para emitir por streaming, intranet preparada para recibir inscripciones de participación, cuestionarios dinámicos personalizados, generación de códigos QR en entradas y ubicaciones, Teams con soporte TIC para el video y audio, Ms Forms para hacer formularios ad-hoc, listas Share Point para aplicaciones móviles en MS, Powerapps para el control online de asistencia de autoridades e invitados especiales mediante tablets y móviles. Plataformas para ventas de entradas como Weezevent, Koobin, Ticketing, Enterticket, entre otras porque nos permiten economizar el tiempo de gestión en cuanto a la inscripción, compra de entradas, asignación de butacas, pagos.

Nos generan un análisis de resultados aportando informes de asistencia, informes económicos imprescindibles para hacer un buen estudio del evento.

2.6 ¿La universidad consigue un mayor impacto y alcance con los actos híbridos?

Es importante destacar que, para lograr un mayor impacto y alcance con los actos híbridos, es fundamental contar con una infraestructura tecnológica sólida, plataformas confiables y una planificación cuidadosa. Asimismo, se debe prestar especial atención a la interacción y participación de los asistentes en línea para garantizar una experiencia enriquecedora y significativa para todos los involucrados.

La implementación de actos híbridos en el ámbito universitario puede proporcionar una serie de ventajas que permiten a las instituciones alcanzar un mayor impacto y alcance en diversos aspectos. Al combinar elementos presenciales con la participación virtual, las universidades pueden beneficiarse con una mayor audiencia ampliando las fronteras geográficas como ya hemos comentado. Se ofrecen opciones de cómo participar en los actos, podemos contar con expertos de renombre que no podrían asistir físicamente lo que nos permite contar con un elenco diverso de ponentes enriqueciendo la calidad del evento.

Nuestros actos ya no sólo pueden ser presenciales, ya no podemos cerrar las puertas a aquellos que por muchos motivos no pueden acercarse al lugar del evento que se organiza.

Los actos híbridos nos permiten no tener limitaciones de asistencia por espacio, obtenemos una reducción de coste por desplazamiento, logística, nos proporciona una preciosa herramienta “la permanencia” nuestros actos quedan grabados y alojados en nuestra intranet para poder editarlos.

La universidad está preparada porque dispone de profesionales que trabajan para transmitir la esencia, la tradición, los valores y el mensaje en cada uno de los actos; porque dispone de herramientas que puestas a disposición de estos profesionales pondrán a disposición de la sociedad el conocimiento generado a través de sus más preciados actos, como los doctorados *honoris causa*, ceremonias de graduación y todos aquellos que se realizan en el entorno universitario.

2.7 ¿Nos adaptamos a los nuevos tiempos o estamos desvirtuando nuestra tradición?

Por un lado, la adaptación a los nuevos tiempos puede ser vista como una necesidad para mantenerse como un activo en una sociedad en constante cambio. La incorporación de tecnología, la digitalización de procesos, la implementación de enfoques más inclusivos y la apertura a nuevas ideas y formas de interacción pueden mejorar la experiencia de los participantes y hacer que los eventos sean más accesibles para una audiencia más amplia. La adaptación también puede permitir la integración de aspectos contemporáneos que resuenen con las generaciones actuales, manteniendo la relevancia de la tradición.

Sin embargo, existe el riesgo de que, en el proceso de adaptación, se pueda perder la esencia y la autenticidad de las tradiciones originales. Algunas personas pueden percibir que ciertos cambios o incorporaciones están desvirtuando el propósito original del evento o diluyendo sus valores culturales y significado histórico. En este sentido, encontrar un equilibrio entre la adaptación y la preservación de la tradición puede ser un desafío. Es importante que seamos conscientes de la importancia de mantener los valores fundamentales y la identidad cultural de los eventos, sin perder la búsqueda por innovar, ajustándose a las necesidades cambiantes de la sociedad.

En última instancia, la clave es abordar la adaptación con un enfoque reflexivo y cuidadoso, considerando el impacto en la tradición y en la experiencia de los participantes. Valorar y respetar las raíces culturales y la esencia de los eventos es esencial para asegurar que, incluso en medio de los cambios, las tradiciones sigan siendo apreciadas y preservadas para las generaciones futuras. La evolución es natural, pero la conexión con la identidad y el significado de los eventos es lo que permitirá que perduren en el tiempo.

2.8 Las plataformas de venta de entradas, ¿reto o rentabilidad?

En general, en la actualidad, las nuevas generaciones están familiarizadas con las plataformas de venta de entradas, especialmente debido al auge de la digitalización en eventos multitudinarios como festivales, teatro y todo tipo de actividades culturales. Estas plataformas se han vuelto populares y han cambiado la forma en que las personas compran entradas para eventos, ya que ofrecen comodidad, seguridad y una experiencia de compra más ágil.

La rentabilidad de las plataformas de venta de entradas depende de su capacidad para atraer a organizadores de eventos y compradores, las tarifas que cobran, los servicios que ofrecen y su eficiencia operativa. Aquellas plataformas que pueden equilibrar estos factores de manera efectiva tienen más posibilidades de ser rentables y sostenibles en el mercado.

Existen varias herramientas informáticas que las universidades pueden utilizar para hacer frente a eventos multitudinarios. Estas herramientas están diseñadas para facilitar la planificación, organización y gestión de eventos con grandes cantidades de asistentes. Algunas de las herramientas que ofrecen son la creación de formularios de registro en línea para la inscripción en el evento, rastreo del número de asistentes, información relevante, escaneo de códigos QR, tarjetas de identificación electrónica o aplicaciones móviles que faciliten toda la información del evento de manera ágil y eficiente.

Para eventos que cuentan con una parte virtual o híbrida necesitaremos utilizar herramientas de *streaming* y videoconferencias para transmitir en vivo el contenido del evento y llegar a una audiencia más amplia en línea. También podremos contar con herramientas que faciliten la promoción del evento y lleguen a una audiencia más amplia. Esto puede incluir el uso de redes sociales, correos electrónicos masivos y otras estrategias de marketing digital.

Es importante destacar que la disponibilidad y el uso de estas herramientas pueden variar según las universidades y los recursos disponibles. Algunas instituciones pueden optar por utilizar soluciones comerciales existentes, mientras que otras pueden desarrollar sus propias herramientas personalizadas para satisfacer sus necesidades

específicas. La elección de las herramientas adecuadas dependerá del tamaño y complejidad del evento, así como de los objetivos y requisitos de la universidad.

2.9 Impacto y alcance en nuestras redes sociales

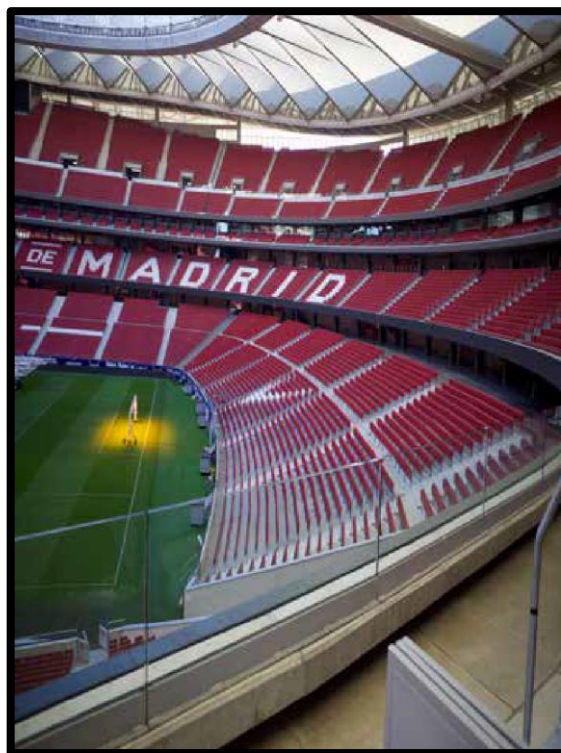
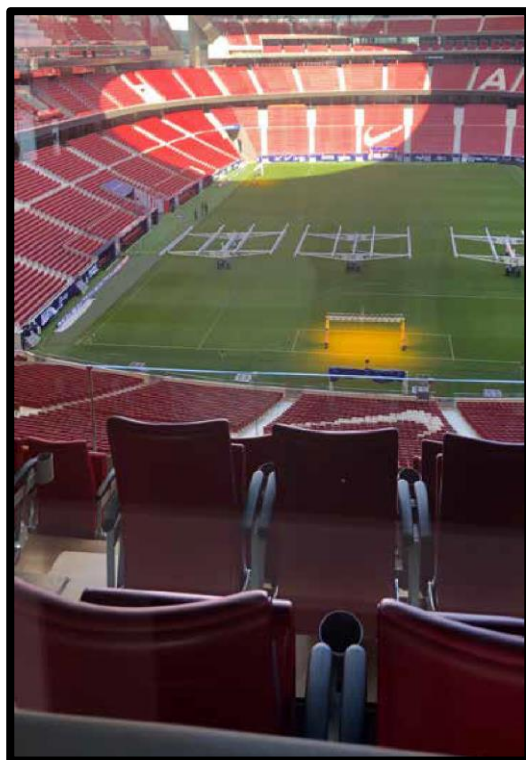
La naturaleza digital de los actos híbridos facilita que el contenido del evento se comparta fácilmente en redes sociales. Si el contenido es interesante, relevante y valioso, es más probable que los asistentes y espectadores en línea compartan sus experiencias y reflexiones, generando un mayor alcance y viralidad en línea. Es importante destacar que, para lograr un mayor impacto y alcance en las redes sociales con actos híbridos, es fundamental ofrecer contenido de calidad y asegurarse de que la experiencia en línea sea igual de valiosa que la presencial. Además, es importante fomentar la interacción en línea, responder a preguntas y comentarios, y aprovechar las herramientas digitales para crear una experiencia enriquecedora para todos los participantes, independientemente de su ubicación física.

A continuación, exponemos un ejemplo real (**#UPMDay22**) de lo que puede suponer un evento multitudinario en una universidad con la intención de compartir lo que supuso el desarrollo y la logística de un Solemne Acto Académico en un espacio no Universitario.

3. EVENTO MULTITUDINARIO #UPMDay22

Tras la declaración del Estado de Alarma y para hacer frente a la emergencia sanitaria con motivo de la expansión de la COVID-19, el 14 de marzo de 2020, no se pudieron celebrar las ceremonias de entrega de Diplomas a los graduados de la Universidad Politécnica de Madrid.

Dos años más tarde, se organizó la mayor concentración de talento, que se denominó #UPMDay22.



Fotografías realizadas en el estadio Metropolitano. Autor: Fotógrafo UPM

3.1 Justificación

15.000 egresados, y más de 500 nuevos doctores justificaban organizar un acto especial en un espacio singular: el estadio METROPOLITANO del Atlético de Madrid.

Para aprovechar un espacio de estas características se propuso hacer un evento en 360°, dónde presentar las Escuelas, Facultad (el INEF) y otros centros de la universidad. Un evento donde poder dar a conocer las actividades y capacidades de los Centros e Institutos de Investigación y donde poder dar cabida a esas empresas con las que se colabora día a día.

Se buscaba favorecer la interacción en los múltiples espacios del WANDA, ofreciendo a su vez un espacio virtual donde favorecer esas interacciones.

3.2 Misión

Tras el parón producido por la pandemia queríamos recuperar **el compromiso, la ilusión y la pertenencia** a la comunidad universitaria

3.3 Objetivos

El principal objetivo de esta iniciativa era reconectar con nuestros estudiantes y comunidad universitaria ofreciéndoles una alternativa para los actos no celebrados, por otro lado, dábamos la oportunidad a todos ellos que pudieran conocer un mayor número de empresas, abriéndoles un abanico de oportunidades.

Así mismo a las empresas les dábamos la oportunidad de conocer a un mayor número de egresados, de diferentes titulaciones de la UPM. Con todo esto favorecíamos:

- Que las empresas pudieran establecer contacto con más centros de la Universidad Politécnica de Madrid y que pudieran conocer de primera mano las actividades y capacidades que se pueden ofrecer para investigación/innovación.
- Que los egresados de Grado conocieran la oferta formativa del resto de centros de la Universidad Politécnica de Madrid.
- Que los egresados de máster conocieran la oferta de programas de Doctorado y la formación permanente.

En definitiva, después de tiempo complicado provocado por la pandemia queríamos establecer de nuevo el vínculo olvidado, haciendo UNIVERSIDAD.

3.4 Fases de Desarrollo del Evento



3.5 Distribución de Espacios

El estadio Metropolitano ofrecía una ubicación estratégica, por estar situado en una de las principales zonas de expansión de Madrid, en el ámbito de influencia de Barajas e Ifema, con una gran oferta hotelera a su alrededor, para aquellos familiares que no tuvieran su residencia en Madrid.

El estadio cuenta con 1.000 plazas de *parking* en el interior y más de 2.500 plazas en el exterior, así como aparcamiento habilitado para autobuses. La estación de metro se encuentra a 50 metros del estadio.

Diversidad de espacios interiores y un auditorio capaz de albergar hasta 400 personas, hicieron que el estadio Metropolitano se convirtiera en un espacio perfecto para albergar lo que denominamos el UPMDAY.

DISTRIBUCIÓN DE LOS ESPACIOS

#UPM^{day22}

WANDA METROPOLITANO

AFORO 68.000
PERSONAS.

1000 PLAZAS DE
APARCAMIENTO
INTERIOR.

2500 PLAZAS DE
APARCAMIENTO
EXTERIOR.

BUENA
COMUNICACIÓN EN
TRANSPORTE PÚBLICO:
2 LÍNEAS DE METRO A LA
PUERTA.

DIVERSIDAD DE
ESPACIOS
INTERIORES



Se creó una **zona de exposición**. El objetivo estético principal es que la gráfica, nuestra imagen institucional, fuera la protagonista y llamase la atención del público. Para ello se emplean recursos como la retroiluminación.

Zona social: se crearon stand, ubicados en posiciones totalmente estratégicas, donde se estableció una amplia zona social, con mostradores de atención general, y se pusieron a disposición de los asistentes barras de bar, para invitar a la sociabilidad

Se creó una **zona de reuniones:** dónde se intentó crear un stand que incitara a las reuniones con varias salas para que pudiera haber diferentes reuniones simultáneas en salas insonorizadas, habilitadas con WIFI y pantallas LED.

Los gráficos de largo alcance se ubicaron lo más alto posible, siempre respetando los límites de la normativa del Estadio.

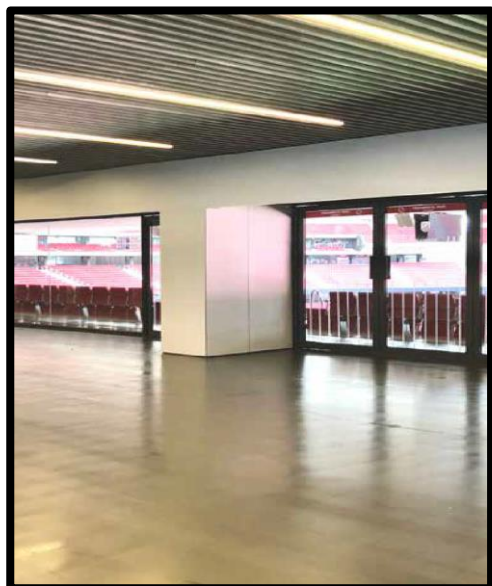


Imagen del Salón de Actos del estadio METROPOLITANO

Se distribuyeron 28 puntos de información en la Sala VIP ESTE junto con dos pequeños auditorios que estaban situados en los extremos, en los que se organizó una agenda de actividades con la intención de que resultara lo más atractiva posible. Dicha oferta se hizo extensiva a los futuros estudiantes, ahora estudiantes de Bachillerato, pero que en un futuro cercano tendrán que elegir qué titulación quieren cursar.

No se pretendía hacer un espacio de feria masificada al uso, sino un espacio de *networking*, dónde las empresas conocieran de primera mano las posibilidades de colaboración que se les podía ofrecer, brindándoles la oportunidad de concertar reuniones con sus investigadores o asistir a las diferentes presentaciones que

previamente se habían organizado en diferentes salas habilitadas al efecto. Para esto se diseñó un modelo de colaboración dónde éstas podrían tener sus espacios e incluir sus vídeos promocionales, en los descansos entre entregas de diplomas.

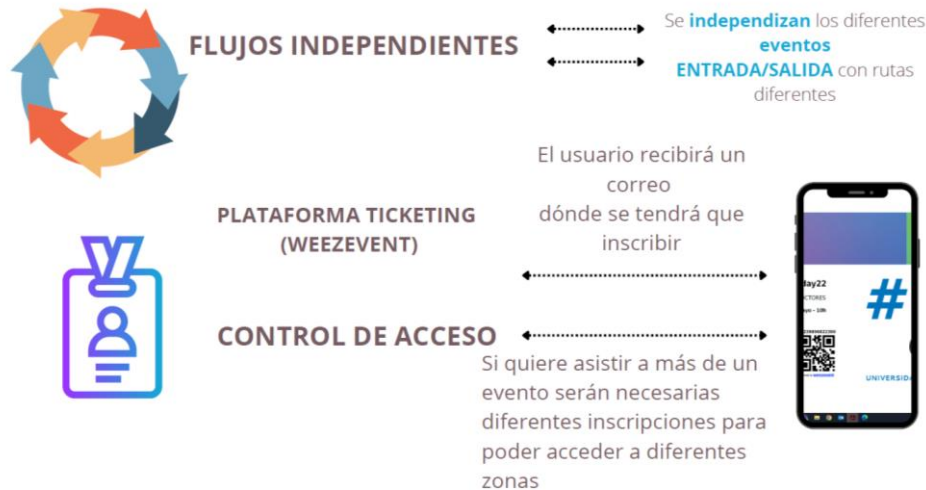


Espacios del Wanda Metropolitano. Fotografía: María García

3.6 Distribución de Espacios

Se realizaron diferentes actos en paralelo. Por motivos de seguridad era necesario que los flujos fueran independientes, para evitar aglomeraciones en los denominados puntos calientes (puertas de entrada y salida).

El estadio Wanda Metropolitano tiene una estructura de anillo circular, se estableció que, para acceder de un acto a otro había que salir del estadio y volver a acceder por la puerta designada, evitando el acceso por el interior, para que estuvieran controlados los aforos de los diferentes eventos.



La venta de entradas se realizó a través de una plataforma de venta (weezevent). Cada evento tenía una entrada diferente, por lo que era necesario sacar tantas entradas como eventos a los que quisiera asistir.

El acceso era mediante reserva de plaza. Al realizar la inscripción se deberá indicar los datos completos (nombre, DNI) de la persona que accede al recinto y elegir el /los eventos a los que el usuario quiere asistir.



Imagen de entrada que se remitió por correo electrónico

La entrada al recinto se realizaba por los accesos habilitados al efecto, **30 minutos antes del comienzo de éste** de esta forma se evitaban las aglomeraciones para la entrada y salida del recinto, siguiendo los itinerarios previstos y previamente remitidos a los asistentes.

En el interior del recinto había personal de la organización encargado de guiar y facilitar la toma de asiento al público. Había sitios habilitados tanto para personas con movilidad reducida, como aquellos que portaran carros de bebe o similares.

Las puertas de acceso al recinto estarán custodiadas por personal de la organización formado al efecto, el cual se encargará del control de acceso. Se designaron 4 personas por acceso (2 seguridad y 2 personal de la organización)

Una vez dentro, la grada media jugaba un papel importante, ya que facilitaba el acceso y la salida de los egresados entre cada ceremonia de entrega de diplomas.



Imagen de la grada media del Wanda Metropolitano. Autor: Fotógrafo UPM

El escenario se ubicó en la zona sur del campo de fútbol, con unas dimensiones de aproximadamente 30 x 80 metros.

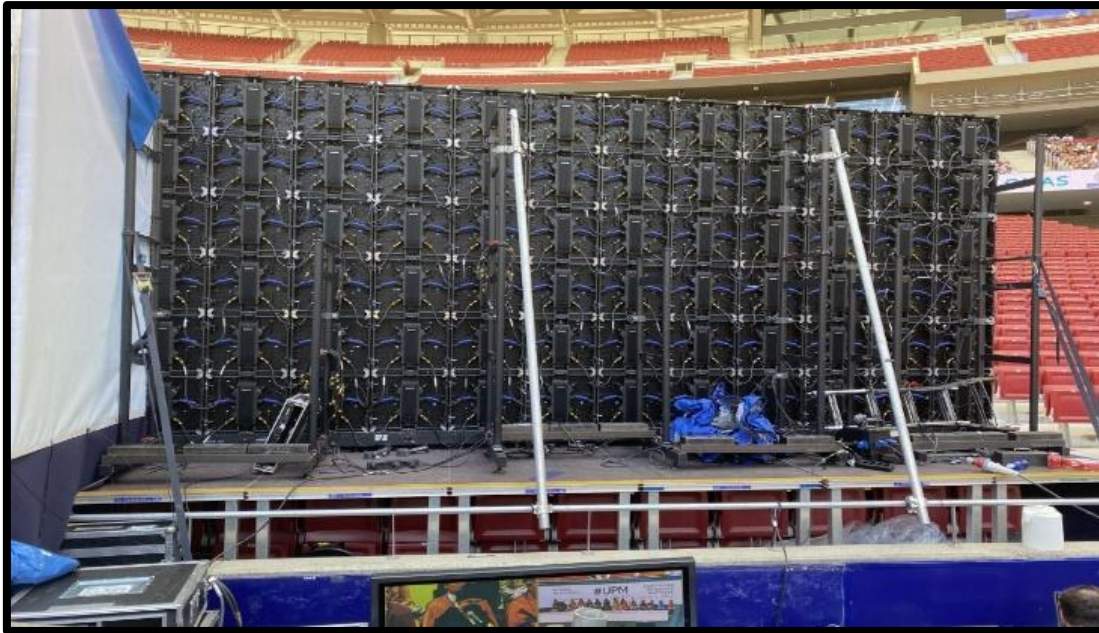


Imagen montaje escenario. Autor: Fotógrafo UPM





Imagen escenario montado. Autor: Fotógrafo UPM

Se habilitaron pantallas gigantes que permitieron vivir no solo las emociones de sus protagonistas, sino que servirán también "para crear atmósferas".

Se dividieron los actos a lo largo de los días 17 y 18 de mayo, con una agenda que fue un auténtico desafío para cualquier profesional de protocolo:

#UPM

day22



UNIVERSIDAD
 POLITÉCNICA
 DE MADRID



FUNDACIÓN GENERAL
 UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID



EFMD
 European University



Caja de
 Ingenieros



WANDA
 METROPOLITANO



50
 AÑOS UPM
 UPM 1971/2021

AGENDA

CEREMONIA DE INVESTIDURA DE DOCTORES ENTREGA DE DIPLOMAS Y ENTREGA DE PREMIOS

FECHAS

Martes 17
y miércoles 18
de mayo de 2022

LUGAR

Fondo Sur,
Grada baja
(egresados)

Grada media y alta
(acompañantes)

MARTES 17

10:00 – 13:00	Ceremonia de investidura de doctores.
13:30 – 14:30	Entrega de premios de Caja de Ingenieros.
16:30 – 18:15	Escuela Técnica Superior de Ingenieros en Topografía, Geodesia y Cartografía + Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas + Escuela Técnica Superior de Ingeniería y Diseño Industrial.
19:15 – 21:00	Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid + Escuela Técnica Superior de Ingenieros Informáticos + Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid.
21:00 – 23:00	Cóctel de autoridades.

MIÉRCOLES 18

09:30 – 11:30	Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Minas y Energía + Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Sistemas Informáticos + Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación.
12:30 – 14:30	Escuela Técnica Superior de Ingenieros Navales + Instituto Nacional De Educación Física + Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos (Escuela Técnica Superior de Ingeniería Civil).
16:30 – 18:30	Escuela Técnica Superior de Ingeniería Aeronáutica y del Espacio + Escuela Técnica Superior de Edificación + Escuela Técnica Superior de Ingeniería y Sistemas de Telecomunicación.
19:30 – 21:30	Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Montes, Forestal y del Medio Natural + Instituto de Ciencias de la Educación + Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales.

Página 25 | 37

Nos vamos a detener en actos que, por su singularidad, tuvieron que ser modificados en cuanto al protocolo académico y como se solventó el escenario tan particular en el que nos movíamos, para no perder la esencia de un Solemne Acto Académico.

3.7 Investidura de Nuevos Doctores

La mañana del 17 de mayo, los nuevos doctores y doctoras por la Universidad Politécnica de Madrid que habían confirmado su asistencia -junto con sus familiares y amigos y los directores de Tesis que quisieron acompañarlos- pudieron participar en el Solemne Acto Académico de Investidura de Nuevos Doctores.

Se disponía de espacio suficiente, por lo que no se puso limitación de aforo para los acompañantes de los nuevos doctores.

Se distribuyeron a los nuevos doctores en la grada baja y a los acompañantes y directores de tesis en la grada media como se detalla en la imagen:



Imagen tomada desde la grada media. Autor: Fotógrafo UPM

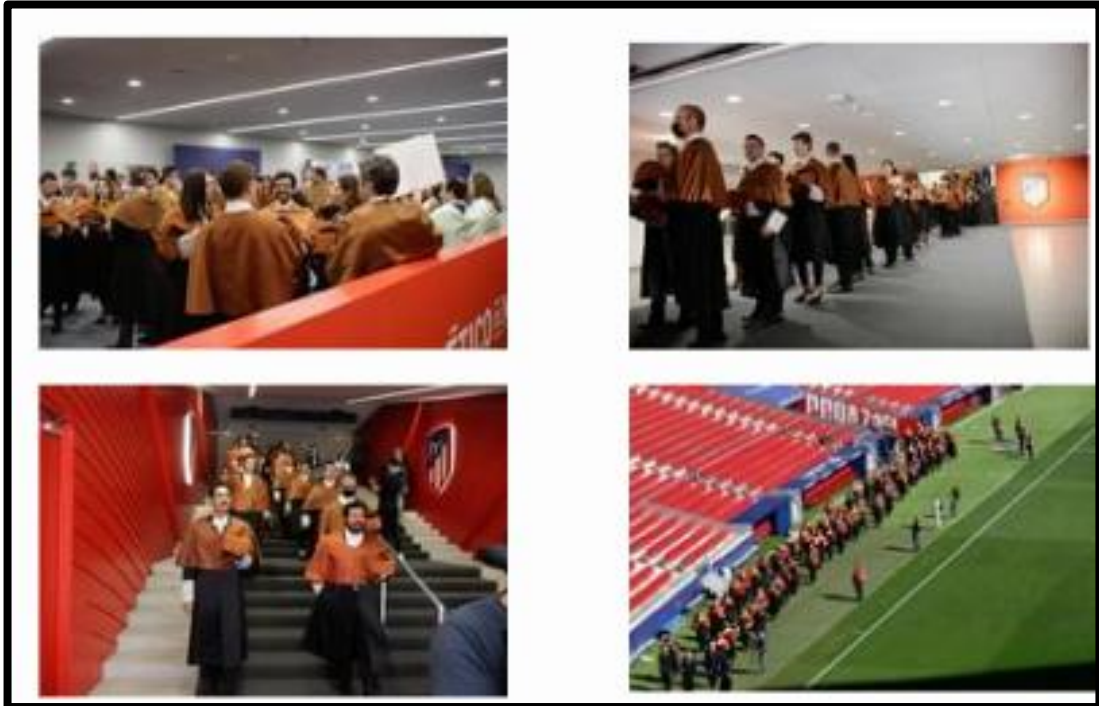
Se envió documentación previa a los nuevos doctores, acompañantes y miembros de la comunidad universitaria, dónde se les indicaba las puertas de acceso, horarios ubicaciones y recorridos, así como los aparcamientos destinados para cada acto.



Se convoca a los nuevos doctores a las 8:00 horas de la mañana escalonadamente por Escuelas y Facultad. Una vez accedan por la puerta asignada, se les dirige a la Sala de Prensa, habilitada como sala de revestimiento y consigna de objetos personales. Una vez revestidos, se dirigen al túnel dónde se formará la Comitiva Académica compuesta por unas 400 personas aproximadamente.

Se colocó personal de la organización en puntos estratégicos para acompañar y dirigir a los nuevos doctores por escuelas y facultades con carteles identificativos.

Se comienza a formar la comitiva académica a las 9:00 horas.



Formación de Comitiva Académica y acceso por el túnel al campo de fútbol Autor. Fotógrafo UPM

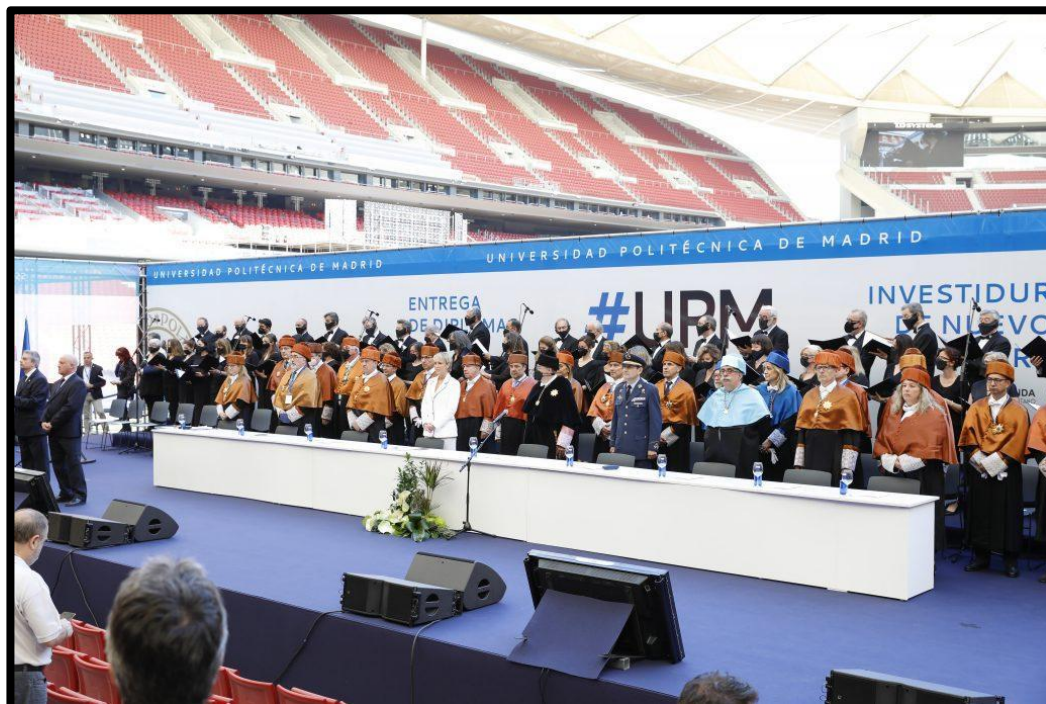


Imagen salida Comitiva por la rampa acceso al campo de fútbol. Autor: Fotógrafo UPM

El escenario se cuidó meticulosamente. La trasera de éste se vistió con cartelería que identificaba el evento en el que nos encontrábamos.



Solemne Acto Académico de Investidura de Nuevos Doctores. Autor: Fotógrafo UPM



Acto de Investidura de Nuevos Doctores. Autor: Fotógrafo UPM

Los doctorandos, a pesar del elevado número, fueron llamados de uno en uno. Imposición del birrete, entrega de anillo y diploma. Se contó con varios fotógrafos colocados estratégicamente los cuales dejaban inmortalizado el momento. El acto se retransmitía a través de dos pantallas gigantes.

Tras la investidura de los nuevos doctores se procedió a la entrega de los Premios Extraordinarios de Doctorado correspondientes a los cursos que no se habían podido entregar por causa de la Pandemia.



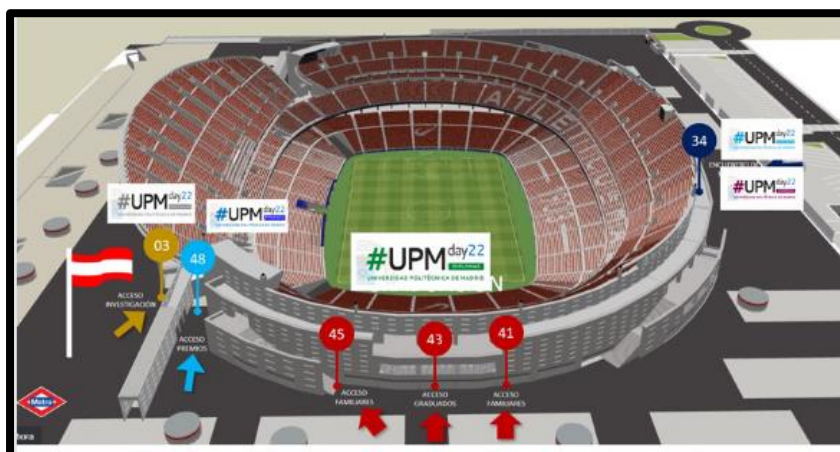
Discurso de la Secretaria de Estado de Digitalización Dña. Carmen Artigas

Para controlar los discursos de las autoridades, ya que los tiempos debían ser respetados por la cantidad de actos enlazados que había, se dispuso delante del atril y de espaldas al público un reloj que les indicaba el tiempo que tenían para hablar y que funcionaba a modo de cronómetro.

La tarde del 17 de mayo y todo el día 18, tras la realización de otros actos alternativos, estuvieron dedicados a la entrega de diplomas a los más de 15.000 egresados y egresadas que no los habían recibido todavía. De los 15.000 candidatos iniciales más del 70% de egresados/as confirmaron finalmente su asistencia.

Utilizando las gradas del Fondo SUR del Estadio METROPOLITANO, los egresados y egresadas y sus familiares pudieron compartir estas ceremonias.

Para ello, al igual que a los nuevos doctores, era imprescindible que la documentación fuera detallada y minuciosa, se fijaron entradas de acceso y cómo funcionaban los flujos una vez que se encontraban en el interior del estadio. Se les remitieron planos de situación como los que se detallan a continuación:



Se organizaron un total de diecisiete entregas de diplomas, agrupadas en Slot formados por 3 escuelas/Facultad cada una, intentando que cada una de ellas no

superase las dos horas, dos horas y media y que todas guardasen una coherencia visual y de escaleta.

Se agruparon las diferentes escuelas y facultades en bloques homogéneos en cuanto al número de egresados.



Entrega de diploma y foto de grupo. Autor: Fotógrafo UPM



Imagen de entrega de diplomas de varias Escuelas. Autor: Fotógrafo UPM

Tras la mesa presidencial se dispusieron dos filas de sillas, las escuelas estaban organizadas por orden de entrada, de tal manera que una vez que finalizaba una entrega de diplomas la mesa se intercambiaba por la siguiente.

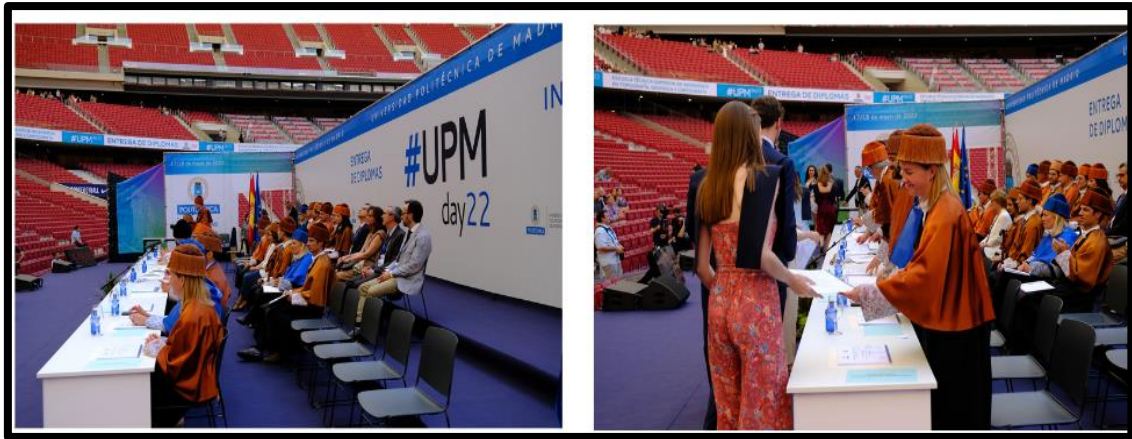


Imagen mesa presidencial entrega de diplomas. Autor: Fotógrafo UPM

Los flujos de entrada y salida de los invitados estaban controlados por personal de seguridad del propio estadio. Se tardaba una media de 20 minutos en desalojar alrededor de 3.000 personas. A todo esto, hay que sumarle el gran equipo humano formado por voluntarios, estudiantes, y personal de la organización que fueron instruidos previamente.

Se organizaron grupos de trabajo y a cada uno de ellos se les dio un cometido diferente con la intención de que, todas aquellas necesidades que se pudiesen presentar quedarán cubiertas.

Cinco eventos en paralelo durante los dos días que duró el UPMday en el estadio Metropolitano, entre ellos, una feria para futuros estudiantes, “Conoce la UPM” y un encuentro “Descubre el talento” dirigido especialmente a poner en contacto a los nuevos ingenieros, arquitectos, licenciados en CC de la Actividad Física y del Deporte, un evento que marcaría un antes y un después en la forma de vincular los mundos de la universidad y la empresa.

Las instalaciones donde se celebró “Descubre el talento” fueron los amplios corredores situados bajo la Grada Lateral del Estadio Wanda Metropolitano con vistas al césped.

Allí se ubicaban los stands de las empresas que, asimismo, podían optar por la utilización de salas privadas para entrevistas, encuentros, charlas, etc... Además de la propia presencia activa en la feria de empleo, las empresas tenían la opción de mantener encuentros con miembros del Equipo Rectoral de la UPM y/o con representantes de los Equipos de Dirección de los diferentes centros de la UPM.

La elección y asignación de los stands se realizó por riguroso orden de petición escrita.



Conoce la UPM. Autor: Fotógrafo UPM



Salas habilitadas para conferencias- Autor: Fotógrafo UPM

El objetivo era presentar un único espacio dónde quedara patente la actividad y las capacidades de los Centros e Institutos de Investigación de la UPM.

Se reservó un espacio dónde presentar todas las Escuelas y Facultad y otros centros de la UPM, de esta manera, los egresados podían conocer la oferta formativa del resto de centros y los egresados de máster podían conocer la oferta de los programas de Doctorado y formación permanente.



Centros e Institutos de Investigación UPM. Autor: Fotógrafo UPM

3.8 Plan de Comunicación y Promoción

En colaboración con el estadio Metropolitano (y las empresas que así lo requieran), la Universidad Politécnica de Madrid realizó las siguientes acciones de comunicación y promoción relativas al evento #UPMday22 y la feria “Descubre el Talento”:

Publicación de anuncio. Gestión de entrevistas en prensa, radios, tv.

Anuncio de la feria en la plataforma EVENTOS de CRUE.

Envío a medios especializados, generalistas y portales de eventos, notas de prensa anunciando la celebración del evento.

Envío a medios especializados y generalistas de nota de prensa posterior al evento.

Publicación de noticia del evento en web UPM y portales de las Escuelas, Facultad y Centro Superior de Diseño de Moda.

Realización de reportajes audiovisuales del evento que, posteriormente, se difundieron a través del Canal YouTube, webs y cuentas institucionales de la UPM: Reportaje global que incluyó la entrega de diplomas, feria de empleo y feria de estudiantes. Reportajes específicos del encuentro de empleo.

Campaña en redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook y LinkedIn) anunciando el evento.

Se realizaron **menciones a las cuentas institucionales de las empresas** participantes en la feria de empleo.

