

EL PROYECTO

Su redacción debe ser:

- Sobria, conteniendo todos los elementos necesarios
- Completo y detallado
- Dividido en apartados para su mayor claridad, precedida del índice
- Se presentará bien impreso y encuadernado, pero de manera sencilla
- Se harán varias copias
- Fecha, nombre y firma del autor

Contenido del proyecto

Lógicamente, estará en función de la naturaleza del acto, aunque también de la originalidad del autor que debe gozar de un margen de libertad para planear el desarrollo del acto, tal como él lo conciba. Pero, a pesar de ello, es conveniente formular algunas normas, que pueden servir de orientación en la redacción del proyecto.

Debe contener los siguientes apartados:

A. APARTADOS BÁSICOS

- 1º. En la primera página, aparecerá el ***acto a realizar***
- 2º. En la segunda, el ***índice*** del trabajo
- 3º. A continuación, una ***introducción*** donde se describe sucintamente el acto y el fin que se persigue, expresando el día o días y lugar en que celebrará. Este apartado servirá para comprobar si la idea ha sido bien interpretada.

- 4º. **Descripción técnica del evento.** Deberá contener información sobre el lugar, local y forma de habilitarlo; la fecha o fechas (en este caso proyecto de calendario, expresando lugares, días) y hora; personas o grupos de personas que han de intervenir; descripción del acto propiamente dicho; logística necesaria para organizarlo; secciones y departamentos que intervendrán.

Parte fundamental es el **cronograma**, que no es más que la descripción detallada de cualquier acto, desde la llegada de los invitados hasta la despedida de los mismos. En él se expresará el día la hora y el lugar donde tendrá lugar cada uno de los momentos del acto, expresándose qué actitud corresponde a cada una de las personas que asisten al mismo.

Aquí se hará constar igualmente, el diseño previsto del acto, a qué público va dirigido, estimación de audiencia, quiénes son los artistas, o protagonistas, etc.

- 5º. **Experiencias anteriores**, si las hubiera; es decir, buscar referencias en el pasado, así como resultados y evaluaciones, datos de audiencia, cobertura de medios y evaluación.
- 6º. **Protocolo del acto.** Se distinguirán dos momentos: uno, previo a la celebración, en el que se preverán las personalidades a quienes ha de invitarse, personas que deben concurrir al acto, invitaciones generales, publicidad; otro, durante la celebración, en que se preverá la recepción de personalidades y asistentes en general, realización del acto con todo detalle (personas que atienden, oficina de información, simbología, etc.), atenciones.

Debe constar en esta parte, además, un pequeño proyecto de instrucciones que dictará el jefe de protocolo, para el mejor desarrollo del acto.

7º. **Documentación**, que puede ser de tres clases:

- La oficial, cuando se trate de un acto de esta naturaleza.
- La concerniente a las relaciones públicas o protocolo, constituida por la información sobre el acto en prensa, radio, televisión, carteles, anuncios, programas. Se acompañará proyecto redactado de los textos de programas, invitaciones, saludas, tarjetas.
- La interna o administrativa que sea precisa: solicitud de permisos, carpetas, cartas, impresos, etc.

8º. **Medios personales**. Debe expresarse el número de personas que se calcule sean necesarias, distinguiendo claramente las adscritas a cada área: servicios administrativos (jefes y auxiliares); servicio de protocolo o relaciones públicas (jefes, oficiales, azafatas); personal subalterno (conductores, conserjes, porteros, ascensoristas); operarios especialistas (fontaneros, electricistas, etc.)

9º. **Medios materiales**. Deben distinguirse en esta parte: el montaje de la oficina administrativa y, en su caso, de información; los vehículos (automóviles de incidencias, autocares, etc.); los muebles (sillas, mesas, proyectores, cortinajes, alfombras, etc.); y las instalaciones y servicios (de jardinería, eléctricos, de agua, etc.)

10º. **Medios económicos**. Se hará constar el presupuesto de gastos e ingresos, si los hubiere (subvenciones, venta de publicaciones, inscripciones en congresos, etc.)

No parece necesario aclarar que **el presupuesto** es uno de los extremos más importante de la planificación, como ya puede suponerse. De su

contenido puede depender que el anfitrión rechace el acto o que lo acepte de buen grado o que haga modificarlo. Debe ser lo más detallado posible y con pretensiones exhaustivas, así como prever siempre una cantidad para imprevistos, que puede estimarse en un 20% más del total. Es aconsejable que cuando el presupuesto dependa en parte de otros que presente otras entidades o proveedores, se solicite a estos varias propuestas para un mismo gasto, con el fin de contrastar precios y calidades, imitando así lo que suele ser norma corriente en las Administraciones Públicas.

11º. ***Campaña de comunicación.*** Proyección de la imagen del acto y de la institución o empresa organizadora. Relación prevista con los medios de comunicación.

12º. ***Contraprestaciones del patrocinador.*** Tipo de acuerdo con los organismos o marcas que apoyan el evento.

Tras su redacción, se realizarán varias copias del mismo con el fin de suministrárselas a todas las personas que de alguna manera estén involucradas en su organización y ejecución. El autor o autores firmarán siempre el documento con el nombre completo y su rúbrica, e indicará la fecha de su elaboración.

B) APARTADOS COMPLEMENTARIOS

El proyecto puede contener distintos *Anexos*, según el acto del que se trate:

1. Croquis del lugar donde vaya a celebrarse el acto.
2. Composición de la presidencia en el acto o en los actos, en el caso de que fueran varios.

3. Guión para el anfitrión, en el que figurarán todos los detalles del acto. Puede servir, además, para entregar a los servicios de seguridad del local donde tenga lugar el acto y al resto del personal relacionado con la organización.
4. Guión para los componentes de la presidencia, que les permitirá seguir la celebración del acto con facilidad. En este guión conviene que figuren los nombres completos con la denominación de sus cargos y tratamientos, con el fin de facilitarle la información a quién preside, ya que tendrá que mencionarlos.
5. Guión para los medios de comunicación (la parte que pueda interesar y afectar a los medios), acompañando croquis del lugar de celebración e indicando en el mismo los lugares reservados para los medios gráficos.
6. Indicaciones para los colaboradores o auxiliares de organización y protocolo. En el caso de que sean varios, se redactarán unas instrucciones para cada uno de ellos, con indicación de la misión a realizar, el lugar de trabajo y las funciones concretas.

Cuando el acto preparado sea al aire libre, a los problemas que todo acto conlleva, deben añadirse otros que exigen mayores cautelas y una dosis mayor de precisión, ya que hay que contar con elementos externos, que no siempre pueden acomodarse a los deseos del organizador. Especialmente cuando el lugar al aire libre es una vía o espacio público, supuestos en los que resulta obligado, además, contar con la anuencia de ciertos servicios municipales.

En estos casos, no parece necesario el guión para los componentes de la presidencia, ya que, generalmente, estarán en una tribuna y no podrán hacer uso de él. El jefe de protocolo o de organización y, en su caso, auxiliares y azafatas deberán suplir esa carencia. Por lo demás, el guión para los medios de comunicación, así como las instrucciones para aquellos auxiliares, pueden ser

redactados de la misma manera que para el supuesto de los actos en lugar cerrado.

También deben figurar en el proyecto otros extremos, que sólo serán indispensables en determinada clase de actos:

- La preparación de vehículos, oficiales o no, según el acto, con sus respectivos conductores.
- Los contactos precisos con la policía local, en el caso de que exista la posibilidad de que se creen problemas de tráfico rodado.
- Los contactos con los responsables de la sanidad y de la asistencia sanitaria, en el supuesto de que el número de asistentes lo hicieran necesario.

C. APROBACIÓN DEL PROYECTO

Podríamos decir que es la última fase de la planificación. Supone la conformidad de la autoridad o persona que ha ordenado organizar el acto.

No cabe duda de que el promotor del acto puede rechazar el proyecto total o parcialmente y que sus indicaciones han de ser recogidas en el nuevo proyecto que se redacte. Pero, en los casos de cierta entidad e importancia y, sobre todo, en aquellos a los que hayan de asistir primeras autoridades, parece conveniente invertir el orden de las cosas. En efecto, como veremos enseguida, los actos, una vez planificados, deben comunicarse a los servicios que han de encargarse de mantener *la seguridad* durante su celebración. Por razones obvias, la conformidad de quién ha mandado organizar el acto ha de recabarse, una vez que aquellos servicios han devuelto el proyecto sin oponer reparos, ya que, en caso contrario, habría que solicitar por segunda vez su aprobación.

Con el fin de prevenir posibles responsabilidades, es conveniente que los servicios de seguridad den su visto bueno o conformidad al proyecto, por escrito, que debe ser adjuntado al mismo. No es necesario aclarar que aquellos servicios no pueden poner reparos que no sean los que afecten a su específico cometido y, precisamente, por razones de su cometido. Una vez definitivo el proyecto del acto, los servicios correspondientes pueden redactar a su vez el *proyecto de seguridad*.

3. COMPLEMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN

A) Medios de información

**Acto que no es recogido por los medios de comunicación,
no existe**

La colaboración de los medios de comunicación debe ser pactada de antemano, para que el evento que vaya a celebrarse pueda transmitir el mensaje que sus organizadores deseen. Esta búsqueda de la proyección externa ha de ser tenida, por tanto, como un necesario complemento de la planificación..

Será el encargado de prensa, de acuerdo con protocolo, quién deberá establecer contacto con los periodistas. El departamento de protocolo, con la ayuda de los responsables de prensa de la institución, deben ocuparse de tareas muy concretas:

- Colocar a los periodistas que asistan al acto, diferenciando entre periodistas redactores y periodistas gráficos.
- Facilitarles la labor, ubicándolos adecuadamente, en especial a los medios gráficos.
- Procurar que pasen lo más desapercibidos posible.

- Organizar una rueda de prensa (labor conjunta del gabinete de prensa y protocolo)
- Estudiar y analizar los lugares desde los cuales se van a difundir los mensajes, a través de los medios de comunicación, para evitar malentendidos o mensajes subliminales.

Hemos citado, entre las anteriores tareas, las **ruedas de prensa**. Son éstas, reuniones convocadas por una persona o entidad, a fin de dar a conocer a los representantes de los medios de comunicación, determinados hechos o actos dignos de ser noticia y cuya difusión resulta de interés para quién las organiza.

En las **ruedas de prensa**, debe prepararse un salón con mesas y sillones, o una mesa, a modo de presidencia. Si, en vez de este sistema se utiliza el de mesa redonda, deben colocarse sobre ella los nombres de los periodistas o, al menos, los de los periódicos que representan. En cualquier caso, debe disponerse de cuartillas, lápices y salón anexo con vino de honor.

Conviene entregar a cada periodista invitado, una síntesis del tema que va a tratarse, información de los organizadores, teléfonos de contacto, imagen, etc., así como información de la Institución o empresa que promueve y objetivos. Una vez expuesto el tema por los organizadores, los periodistas hacen las preguntas que estimen pertinentes.

Se convocará a la prensa mediante carta, saluda o tarjetón, llevando un control estricto de quién ha sido convocado; se les facilitará un somero guión del acto y, posteriormente, se realizará un seguimiento de los medios de comunicación para analizar la difusión y el tratamiento que se ha dado a la noticia.

Cuando el acto revista cierta importancia, no estará de más el establecimiento de una **oficina de prensa** para el trabajo de los representantes de los medios, así como una **sala de prensa** para la celebración de entrevistas.

En resumen, puede decirse que en la planificación de los actos, deben aparecer previstos el montaje de los diferentes medios de comunicación, así como el montaje de los espacios en alto reservados para la retransmisión en directo del acto, por parte de la televisión: los periodistas, cuando realizan su trabajo, deben ser considerados espectadores privilegiados, puesto que, a través de ellos, la sociedad entera se convierte en espectadora.

Se puede organizar cualquier acto, pero si no aparece en los medios de comunicación, ese acto no ha existido. Todo lo que queremos que tenga una cierta resonancia, tiene que contar con los medios.

Un acto como la boda de la Infanta Elena, con 1500 invitados, tuvo realmente mil millones de asistentes que la vieron, gracias a los medios.

Tenemos que pensar en la dimensión que se le da entonces: los telespectadores van a convertirse en invitados también.

B) Servicios de seguridad.

El responsable de protocolo debe contar para cada acto con los servicios de seguridad de la empresa o institución y, si fuera necesario, reforzados por un servicio contratado.

Se trata de una medida preventiva de la mayor importancia, porque muchas veces la planificación de un acto no garantiza debidamente la seguridad de las personas y de las cosas, por lo que debe introducirse las variaciones necesarias ante la sugerencia de estos servicios. Ellos deben conocer el guión exacto del acto o evento para establecer los dispositivos adecuados

Complemento de las medidas de seguridad son las *acreditaciones* de las personas presentes en el acto o en su preparación.