



D. PEDRO ANTONIO HELLIN ORTUÑO,

PRESENTA

la siguiente **MEMORIA FINAL** (nº 4767) de la "CONVOCATORIA PARA PROMOVER PROYECTOS Y ACCIONES DE INNOVACIÓN Y MEJORA EN LA UMU. CURSO 2021/2022":

DATOS DEL EQUIPO DOCENTE

COORDINADOR	
Apellidos y nombre:	HELLIN ORTUÑO, PEDRO ANTONIO
Departamento/Unidad:	COMUNICACIÓN
Categoría docente:	MIEMBRO
Facultad:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
Nombre del GID al que pertenece (en su caso):	Grupo de innovación docente en publicidad y relaciones públicas (GID-PRP)

MIEMBRO	
Apellidos y nombre:	FERNANDEZ RINCON, ANTONIO RAUL
Departamento/Unidad:	COMUNICACIÓN
Categoría docente:	MIEMBRO
Facultad:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
Nombre del GID al que pertenece (en su caso):	Grupo de innovación docente en publicidad y relaciones públicas (GID-PRP)

MIEMBRO	
Apellidos y nombre:	NICOLAS OJEDA, MIGUEL ANGEL
Departamento/Unidad:	COMUNICACIÓN
Categoría docente:	MIEMBRO
Facultad:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
Nombre del GID al que pertenece (en su caso):	Grupo de innovación docente en publicidad y relaciones públicas (GID-PRP)

MIEMBRO	
Apellidos y nombre:	SAN NICOLAS ROMERA, CESAR
Departamento/Unidad:	COMUNICACIÓN
Categoría docente:	MIEMBRO
Facultad:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Código seguro de verificación: RUxFMlmn-bq4p1B3k-1W4JY6eF-rXRPamwJ

COPIA ELECTRÓNICA - Página 1 de 6

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento administrativo electrónico archivado por la Universidad de Murcia, según el artículo 27.3 c) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Su autenticidad puede ser contrastada a través de la siguiente dirección: <https://sede.um.es/validador/>





Nombre del GID al que pertenece (en su caso):

Grupo de innovación docente en publicidad y relaciones públicas (GID-PRP)

CONTENIDO DEL PROYECTO

NOMBRE IDENTIFICATIVO DEL PROYECTO

Proyecto de colaboración universidad-empresa-sociedad en favor de la protección jurídica del Mar Menor mediante una campaña publicitaria.

LÍNEA DE ACTUACIÓN

Proyectos interdisciplinarios o de colaboración con empresas u otros agentes sociales

1.- Descripción del proyecto.

Este proyecto se planteó como una oportunidad de colaboración entre la Universidad de Murcia (su Facultad de Comunicación y Documentación y en concreto el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas), el mundo profesional (la agencia de publicidad Rubio y del Amo y varios profesionales del sector) y la sociedad civil (principalmente los afectados y/o preocupados por la situación medioambiental en la Comarca del Mar Menor), en colaboración con la Cátedra de Derechos Humanos y Derechos de la Naturaleza, también integrada en la Universidad de Murcia.

El fin de este proyecto ha sido concienciar a la sociedad civil sobre la necesidad de proteger jurídicamente al Mar Menor para conseguir su sostenibilidad medioambiental, para ello planteamos como objetivo conseguir las 500.000 firmas necesarias para que el Congreso de los Diputados admitiese a trámite la Ley Integral de Protección Jurídica del Mar Menor y su Comarca, que otorgará personalidad jurídica al mar y con ello la oportunidad de personarse como acusación contra delitos medioambientales a cualquier ciudadano, lo que mejorará sensiblemente su protección.

Para ello planteamos un proyecto colaborativo donde profesores y estudiantes de 3º del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, la agencia de publicidad Rubio y del Amo y otros profesionales de la comunicación, la Cátedra de Derechos Humanos y Derechos de la Naturaleza de la Universidad de Murcia e investigadores de la Facultad de Biología han participado de forma coordinada para conseguir el objetivo.

This project was conceived as an opportunity for collaboration between the University of Murcia (its Faculty of Communication and Documentation and specifically the Degree in Advertising and Public Relations), the professional world (the Rubio y del Amo advertising agency and various professionals in the sector) and civil society (mainly those affected and/or concerned about the environmental situation in the Mar Menor region), in collaboration with the Chair of Human Rights and Rights of Nature, also part of the University of Murcia.

The aim of this project has been to raise awareness in civil society about the need to legally protect the Mar Menor in order to achieve its environmental sustainability. To this end, we set the objective of obtaining the 500,000 signatures necessary for the Congress of Deputies to admit the Integral Law for the Legal Protection of the Mar Menor and its Region, which will grant legal personality to the sea and with it the opportunity for any citizen to appear as a prosecutor against environmental crimes, which will significantly improve its protection.

To this end, we proposed a collaborative project in which teachers and students of the 3rd year of the degree in Advertising and Public Relations, the advertising agency Rubio y del Amo and other communication professionals, the Chair of Human Rights and Rights of Nature of the University of Murcia and researchers from the Faculty of Biology have participated in a coordinated manner to achieve the objective.

2.- Resultados. Se ha de especificar con claridad el proyecto realizado: plan de trabajo, resultados alcanzados, indicadores de resultado del proyecto de innovación docente, etc.

Siguiendo el calendario propuesto:

- Diseño de una práctica docente conjunta entre las asignaturas Discurso Publicitario, Estrategias de la Comunicación y Creatividad Publicitaria, a cargo de los cuatro profesores, donde se planteó por parte de los estudiantes una estrategia y un mensaje básico para conseguir que la ciudadanía se movilizase a favor de la petición de protección jurídica. Se consiguió coordinar los contenidos de las 3 asignaturas, de forma que los estudiantes percibieron la complementariedad de los contenidos impartidos y entendieron las lógicas de la propuesta de nuestro plan de estudios en 3º curso del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Presentación de la práctica en las tres asignaturas (que será realizada por grupos de cuatro estudiantes, los mismos grupos de prácticas para todas las asignaturas), seminarios teórico-técnicos sobre la construcción de mensajes estratégicos (todos los profesores) y presentación, a cargo de sus responsables, de la cátedra de derechos humanos y derechos de la naturaleza. Con el resultado de trascender la práctica docente y situar en un entorno "real" la propuesta.
- Selección de las 6 mejores propuestas (por comisión integrada por los cuatro profesores y teniendo en cuenta criterios de viabilidad y evolución de las propuestas), por motivos de aforo de los seminarios con las restricciones actuales debido a la





COVID19. Tras lo cual se realizó el Seminario-taller de dos días (viernes y sábado), a cargo de 4 profesionales publicitarios especializados en creación de campañas, con los 24 estudiantes seleccionados, en colaboración con los 4 profesores. Este seminario tuvo como finalidad profundizar en los conceptos presentados, trabajar competencias referentes a redacción, estrategia y creación publicitaria, y adentrar a los estudiantes en la práctica profesional.

- Tras la selección de la mejor propuesta, en comisión integrada por los 4 profesores y los 4 profesionales, los estudiantes integrantes del grupo (4) pasaron a hacer unas prácticas docentes tuteladas en la agencia de publicidad Rubio y del Amo, con el objetivo de desarrollar la campaña, durante 6 meses.

- Durante el desarrollo de las prácticas, contando con el asesoramiento de los profesores (según su especialidad-asignatura) y los profesionales de la agencia, los estudiantes participaron en la producción de las piezas publicitarias (contando con el apoyo y medios de la Universidad de Murcia, la agencia Rubio y del Amo y miembros de la sociedad civil involucrados en la defensa ambiental del Mar Menor). En esta fase se contó con la colaboración de investigadores de la facultad de biología y otros profesionales para el desarrollo de los materiales. El resultado más importante fue la realización del spot principal de la campaña, disponible aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=VBDwa4tamhs>

- Presentación a la sociedad de la campaña e inicio, con gran repercusión en los medios de comunicación.

Enlaces de algunos de los medios que han recogido la campaña (no es una muestra exhaustiva):

Murcia.com- <https://www.murcia.com/marmenor/noticias/2021/05/25-la-firma-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor.asp>

Teachers for future Spain - <https://teachersforfuturespain.org/firma-la-ilp-mar-menor/>

La Opinión - <https://www.laopiniondemurcia.es/universidad-de-murcia/2021/05/25/firma-campana-ideada-estudiantes-publicidad-52349813.html>

Cartagena Actualidad - <https://www.cartagenaactualidad.com/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

El Español - https://www.elespanol.com/espana/murcia/20211025/ilp-mar-menor-congreso-reclusos-pedro-sanchez/622187943_0.html

La Verdad - <https://www.laverdad.es/murcia/campana-salvar-menor-20210722112053-nt.html>

Novaciencia - <https://novaciencia.es/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

EFE - <https://efeverde.com/mar-menor-firma/>

20 minutos - <https://www.20minutos.es/noticia/4772136/0/la-campana-para-salvar-el-mar-menor-necesita-300-000-firmas-mas-para-que-la-laguna-tenga-personalidad-juridica/>

Mar Menor Actualidad - <https://marmenornoticias.com/el-mar-menor-tendra-su-propia-firma-los-trazos-de-sus-corrientes-marinas/>

Tele5 - https://www.telecinco.es/informativos/sociedad/plataforma-ilp-mar-menor-supera-500000-firmas-necesarias-dotar-derechos-albufera_18_3224295106.html

El diario.es - https://www.eldiario.es/sociedad/ultima-hora-coronavirus-actualidad-politica-25-octubre_6_8427023_1080024.html

Etc.

-Tras el fin del periodo de recogida de firmas, nacional, la campaña se cerró con la entrega en el Congreso de los Diputados de 639.826 firmas, con un objetivo máximo estimado en 500.000. En estos momentos, ya se encuentra en trámites legislativos.

- La agencia de publicidad Rubio y del Amo consiguió hace poco más de un mes un segundo premio nacional (LAUS) por la campaña:

Laus Plata

Categoría: Aporta

Cliente: ILP Mar Menor

Dirección y diseño: Rubio & del Amo

Gracias a los más de 50 creativos y proveedores implicados en el proyecto. Especialmente a Rafa Gil Fuentes, Manel Quílez Yúfera, Pedro Hellín, BAIKAL VISUAL, Roberto Navarro y Jorge Meroño Gallut

https://www.linkedin.com/posts/rubio-y-del-amo_laus-atipo-activity-6944695486343733248-FIjG/?utm_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web&fbclid=IwAR0atMgfKF9BH3423tl-n2aph1TTHp0do38egQ2hdjIt6pZ3Lt71LBzIzG

https://www.linkedin.com/posts/rubio-y-del-amo_laus-atipo-activity-6944695486343733248-FIjG/?utm_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web&fbclid=IwAR0atMgfKF9BH3423tl-n2aph1TTHp0do38egQ2hdjIt6pZ3Lt71LBzIzG

Following the proposed timetable:

- Design of a joint teaching practice between the subjects Advertising Discourse, Communication Strategies and Advertising Creativity, by the four teachers, where the students came up with a strategy and a basic message to get citizens to mobilise in favour of the petition for legal protection. It was possible to coordinate the contents of the 3 subjects, so that the students perceived the complementarity of the contents taught and understood the logic of the proposal of our curriculum in the 3rd year of the degree in Advertising and Public Relations.

- Presentation of the practice in the three subjects (which will be carried out by groups of four students, the same practice groups for all subjects), theoretical-technical seminars on the construction of strategic messages (all teachers) and presentation, by those in charge, of the chair of human rights and the rights of nature. With the result of transcending teaching practice and placing the proposal in a "real" environment.

Selection of the 6 best proposals (by a commission made up of the four professors and taking into account criteria of ability and evolution of the proposals), for reasons of capacity of the seminars with the current restrictions due to COVID19. After which a two-day seminar-workshop was held (Friday and Saturday), led by 4 advertising professionals specialised in





the creation of campaigns, with the 24 students selected, in collaboration with the 4 professors. The aim of this seminar was to deepen the concepts presented, to work on skills related to copywriting, strategy and advertising creation, and to introduce the students to professional practice.

- After the selection of the best proposal, in a commission made up of the 4 teachers and the 4 professionals, the students in the group (4) went on to do a supervised teaching internship at the Rubio y del Amo advertising agency, with the aim of developing the campaign, for 6 months.

- During the internship, with the advice of the teachers (according to their subject speciality) and the agency professionals, the students participated in the production of the advertising pieces (with the support and resources of the University of Murcia, the Rubio y del Amo agency and members of civil society involved in the environmental defence of the Mar Menor). In this phase, researchers from the Faculty of Biology and other professionals collaborated in the development of the materials. The most important result was the production of the campaign's main spot, available here: <https://www.youtube.com/watch?v=VBDwa4tamhs>

- Presentation to society of the campaign and launch, with great repercussion in the media, as can be seen in the link: Murcia.com - <https://www.murcia.com/marmenor/noticias/2021/05/25-la-firma-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor.asp>

Teachers for future Spain - <https://teachersforfuturespain.org/firma-la-ilp-mar-menor/>

La Opinión - <https://www.laopiniondemurcia.es/universidad-de-murcia/2021/05/25/firma-campana-ideada-estudiantes-publicidad-52349813.html>

Cartagena Actualidad - <https://www.cartagenaactualidad.com/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

El Español - https://www.elespanol.com/espana/murcia/20211025/ilp-mar-menor-congreso-reclusos-pedro-sanchez/622187943_0.html

La Verdad - <https://www.laverdad.es/murcia/campana-salvar-menor-20210722112053-nt.html>

Novaciencia - <https://novaciencia.es/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

EFE - <https://efeverde.com/mar-menor-firma/>

20 minutos - <https://www.20minutos.es/noticia/4772136/0/la-campana-para-salvar-el-mar-menor-necesita-300-000-firmas-para-que-la-laguna-tenga-personalidad-juridica/>

Mar Menor Actualidad - <https://marmenornoticias.com/el-mar-menor-tendra-su-propia-firma-los-trazos-de-sus-corrientes-marinas/>

Tele5 - https://www.telecinco.es/informativos/sociedad/plataforma-ilp-mar-menor-supera-500000-firmas-necesarias-dotar-derechos-albufera_18_3224295106.html

El diario.es - https://www.eldiario.es/sociedad/ultima-hora-coronavirus-actualidad-politica-25-octubre_6_8427023_1080024.html

Etc.

-After the end of the national signature collection period, the campaign closed with the delivery of 639,826 signatures to the Congress of Deputies, with an estimated maximum target of 500,000. It is now in the legislative process.

3.- Problemas detectados. Se ha de especificar los problemas o limitaciones detectados durante la elaboración del proyecto.

- El principal es la adecuación a los tiempos de trabajo. Cuando la docencia universitaria pretende colaborar con empresas y/o la sociedad civil tiene que adaptarse a sus periodos, su calendario y eso provoca tensiones, pues nuestro calendario es inamovible y muy pautado, lo que fija los periodos de actividad, no solo para los profesores, sino sobre todo y fundamentalmente con los estudiantes.

- La falta de motivación en algunos estudiantes, provocada por la desconexión entre sus estudios y los acontecimientos cotidianos. La conexión entre actualidad social y objetivos universitarios provocó que un grupo de estudiantes (4) abandonase las pruebas de selección sin previo aviso.

- Adecuarse a los tiempos y necesidades de colectivos sociales y empresas provoca un sobreesfuerzo en el profesorado que hay que asumir con voluntarismo, exclusivamente.

- Dificultad en dar continuidad a proyectos de este tipo, pese a la voluntad de profesores y empresas. No es fácil encontrar oportunidades de colaboración y que permitan acomparar tiempos.

- The main one is the adaptation to working times. When university teaching aims to collaborate with companies and/or civil society, it has to adapt to its periods, its calendar, and this causes tensions, as our calendar is immovable and very fixed, which sets the periods of activity, not only for teachers, but above all and fundamentally with students.

- The lack of motivation in some students, caused by the disconnection between their studies and everyday events. The connection between social current affairs and university objectives caused a group of students (4) to drop out of the selection tests without prior notice.

- Adapting to the times and needs of social groups and companies leads to overexertion on the part of the teaching staff, which must be taken on exclusively on a voluntary basis.

- Difficulty in giving continuity to projects of this type, despite the willingness of teachers and companies. It is not easy to find opportunities for collaboration and to find the time to match them.

4.- Recomendaciones futuras.





En nuestra opinión, los problemas detectados en este tipo de experiencias colaborativas podría solucionarse, en parte, haciendo un trabajo previo de contacto entre grupos de innovación y empresas dispuestas a colaborar, con propuestas incluso de temas o momentos apropiados. La flexibilidad en las fechas de convocatoria sería muy importante para aprovechar las oportunidades que puedan surgir.

In our opinion, the problems detected in this type of collaborative experiences could be solved, in part, by making prior contact between innovation groups and companies willing to collaborate, even proposing appropriate themes or times.

5.- Memoria final detallada del proyecto de innovación docente.

Tras el desarrollo de la experiencia de colaboración, hemos conseguido un alto impacto del proyecto en forma de motivación a los estudiantes de 3º del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que entienden las conexiones de las 3 asignaturas implicadas de forma coordinada (Discurso Publicitario, Estrategias de la Comunicación y Creatividad Publicitaria) y su relación con el mundo profesional mediante la formación en competencias. Al mismo tiempo, al convertirse el proyecto en una campaña de publicidad real el impacto del proyecto ha sido muy alto en la sociedad y la universidad, con excelentes resultados también para la empresa colaboradora. Una vez vistos los resultados podríamos implicar al resto de asignaturas de 3º de Publicidad y Relaciones Públicas en una primera fase y a otras de la titulación o titulaciones relacionadas de Periodismo y/o Comunicación Audiovisual, pues la vinculación entre la universidad y la empresa en proyectos realizados de forma real aumenta la motivación de los estudiantes y da sentido a las asignaturas que integran su formación. Siempre que consigamos superar la dificultad de encontrar proyectos que podamos adoptar, como explicábamos antes.

Los indicadores cuantificables han sido de dos tipos, en primer lugar, docentes, puesto que la práctica propuesta ha tenido una primera nota como práctica, en las tres asignaturas (la misma para las tres) que formó parte de la evaluación final de todos los estudiantes. En segundo lugar, la propia campaña publicitaria, que se ha podido evaluar por su visibilidad mediática (apariciones en medios) y por la consecución del objetivo final de firmas (de 500.000 a 639.826), además del segundo premio nacional obtenido por la agencia de publicidad.

Enlaces de algunos de los medios que han recogido la campaña (no es una muestra exhaustiva):

Murcia.com - <https://www.murcia.com/marmenor/noticias/2021/05/25-la-firma-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor.asp>

Teachers for future Spain - <https://teachersforfutureSpain.org/firma-la-ilp-mar-menor/>

La Opinión - <https://www.laopiniondemurcia.es/universidad-de-murcia/2021/05/25/firma-campana-ideada-estudiantes-publicidad-52349813.html>

Cartagena Actualidad - <https://www.cartagenaactualidad.com/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

El Español - https://www.elespanol.com/espana/murcia/20211025/ilp-mar-menor-congreso-reclusos-pedro-sanchez/622187943_0.html

La Verdad - <https://www.laverdad.es/murcia/campana-salvar-menor-20210722112053-nt.html>

Novaciencia - <https://novaciencia.es/la-firma-la-campana-ideada-por-estudiantes-de-publicidad-y-biologia-para-dar-voz-al-mar-menor/>

EFE - <https://efeverde.com/mar-menor-firma/>

20 minutos - <https://www.20minutos.es/noticia/4772136/0/la-campana-para-salvar-el-mar-menor-necesita-300-000-firmas-mas-para-que-la-laguna-tenga-personalidad-juridica/>

Mar Menor Actualidad - <https://marmenornoticias.com/el-mar-menor-tendra-su-propia-firma-los-trazos-de-sus-corrientes-marinas/>

Tele5 - https://www.telecinco.es/informativos/sociedad/plataforma-ilp-mar-menor-supera-500000-firmas-necesarias-dotar-derechos-albufera_18_3224295106.html

El diario.es - https://www.eldiario.es/sociedad/ultima-hora-coronavirus-actualidad-politica-25-octubre_6_8427023_1080024.html

Etc.

-Tras el fin del periodo de recogida de firmas, nacional, la campaña se cerró con la entrega en el Congreso de los Diputados de 639.826 firmas, con un objetivo máximo estimado en 500.000. En estos momentos, ya se encuentra en trámites legislativos.

- La agencia de publicidad Rubio y del Amo consiguió hace poco más de un mes un segundo premio nacional (LAUS) por la campaña:

Laus Plata

Categoría: Aporta

Cliente: ILP Mar Menor

Dirección y diseño: Rubio & del Amo

Gracias a los más de 50 creativos y proveedores implicados en el proyecto. Especialmente a Rafa Gil Fuentes, Manel Quílez Yúfera, Pedro Hellín, BAIKAL VISUAL, Roberto Navarro y Jorge Meroño Gallut

[https://www.linkedin.com/posts/rubio-y-del-amo_laus-atipo-activity-6944695486343733248-FIjG/?m_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web&fbclid=IwAR0atMgFKF9BH3423tl-](https://www.linkedin.com/posts/rubio-y-del-amo_laus-atipo-activity-6944695486343733248-FIjG/?m_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web&fbclid=IwAR0atMgFKF9BH3423tl-2aph1TTHp0do38egQ2hdjlt6pZ3Lt7l7LBzIzG)

[2aph1TTHp0do38egQ2hdjlt6pZ3Lt7l7LBzIzG](https://www.linkedin.com/posts/rubio-y-del-amo_laus-atipo-activity-6944695486343733248-FIjG/?m_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web&fbclid=IwAR0atMgFKF9BH3423tl-2aph1TTHp0do38egQ2hdjlt6pZ3Lt7l7LBzIzG)





Lo que hago constar a los efectos oportunos,
en Murcia, a 7 de julio de 2022.

Firmante: PEDRO ANTONIO HELLIN ORTUÑO; Fecha-hora: 07/07/2022 12:48:35; Emisor: Universidad de Murcia (Resolución SG-18/2019);
Firmante: SISTEMA DE FIRMA CON CUENTA UM ES - UNIVERSIDAD DE MURCIA; Fecha-hora: 07/07/2022 12:48:36; Emisor del certificado: C=ES,O=ACCV,OU=PKIACCV,CN=ACCVCA-120;



Código seguro de verificación: RUxFMlmn-bq4p1B3k-1W4JY6eF-rXRPamwJ

COPIA ELECTRÓNICA - Página 6 de 6

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento administrativo electrónico archivado por la Universidad de Murcia, según el artículo 27.3 c) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Su autenticidad puede ser contrastada a través de la siguiente dirección: <https://sede.um.es/validador/>