

# Animarse a volar

Con tu primera campaña

Concurso de Creatividad

Exclusivo para estudiantes



## Bases y condiciones

### 1. CONVOCATORIA

FUNDACION ITAÚ en adelante el "Organizador", convoca a estudiantes de hasta 40 años que se encuentren cursando de manera regular las carreras de:

- Publicidad
- Comunicación, en cualquiera de sus variantes
- Diseño Audiovisual, o Multimedia, o de Imagen y Sonido
- Diseño Gráfico
- Diseños afines (medios masivos, interactivo)

En cualquier universidad nacional, provincial, o instituto terciario público o privado de la República Argentina, en adelante "Concursantes", a participar del Concurso Itaú cultural de creatividad presentando propuestas conteniendo la idea y su fundamento, bocetos de las piezas, y propuesta de medios que cumpla con el brief del Anexo I.

### 2. OBJETIVOS DEL CONCURSO

- Difundir la misión y actividades de Itaú cultural.
- Brindar a estudiantes de carreras creativas oportunidades de darse a conocer en su ámbito.

### 3. REQUISITOS PARA LA POSTULACIÓN

- Las propuestas se deben subir a la página [www.premioitau.com.ar/creatividad](http://www.premioitau.com.ar/creatividad), cumpliendo los requisitos de inscripción del sitio.
- Las propuestas deben cumplir con lo establecido en Anexo I. Los trabajos que no cumplan con el mismo pueden ser rechazados a criterio del jurado o el Organizador.
- Las presentaciones deberán ser preferentemente en equipos, aunque se admiten individuales. En el mismo equipo puede haber estudiantes de diferentes universidades y/o carreras, siempre que éstas estén comprendidas en las descriptas en el Punto 1.
- Cada Concursante (equipo o individual) deberá subir una sola propuesta, aunque se admitirán alternativas creativas sobre la misma idea y fundamento.
- Las propuestas deben ser totalmente originales.
- El concurso estará abierto a la recepción de propuestas hasta el 31 de mayo de 2013.

### 4. PREMIO

Se seleccionarán hasta 5 propuestas finalistas. Las mismas serán presentadas en público por los concursantes en una universidad o en espacio apto, con entrada libre y gratuita. En caso de haber finalistas del interior, el Organizador podrá decidir que las presentaciones sean vía web. Todas las presentaciones deberán ajustarse a las condiciones que se comunicarán con suficiente antelación a los finalistas.

En el mismo acto, el Jurado deberá elegir la propuesta ganadora, dentro de los 30 minutos de finalizadas las presentaciones.

El Premio será de \$ 5.000 para el equipo Concursante / equipo ganador. Además, el Organizador podrá implementar o no la propuesta, y decidir hacerlo por sus propios medios, o con el Concursante ganador en cuyo caso se destinará el presupuesto previsto en el brief.

Se entregarán diplomas a todos los finalistas. Asimismo, el reconocimiento de la autoría de los trabajos finalistas será comunicada en la página de Internet de la Fundación y en su página Facebook.

5. La participación en el presente Concurso es libre y gratuita y no dará derecho a ningún Concursante a reclamo alguno. Se recomienda a los Concursantes registrar adecuadamente su trabajo a efectos de proteger sus derechos. El Organizador no se hace responsable, bajo ninguna circunstancia, de cualquier reclamo que no sea el del Concursante ganador en caso que no se le pague el premio estipulado.

**6.** La totalidad de los trabajos presentados quedará en propiedad de los organizadores, los que podrán utilizar y disponer de los mismos ampliamente y de la manera que consideren conveniente, ello sin perjuicio de la mención del carácter de autor de quien hubiera sido el creador, siendo este el único derecho que conservarán los participantes, es decir la mención de su autoría sin posibilidad de reclamo pecuniario alguno. A partir de los dos años desde la utilización en medios de la propuesta ganadora, sus titulares podrán solicitar por medio fehaciente la suspensión de la misma y una negociación de derechos para continuar en medios. El Organizador tendrá 30 días a partir de dicha comunicación fehaciente para detener toda comunicación, salvo que un nuevo acuerdo entre en vigor.

**7.** El Concurso podrá declararse desierto, ya sea por falta de presentación de proyectos, o por no reunir las condiciones previstas en estas Bases y Condiciones, o por no alcanzar ninguno de los trabajos los objetivos establecidos en el brief, así como una mínima calidad, a criterio exclusivo e inapelable del jurado.

**8.** El Organizador se reserva el derecho a realizar la acción publicitaria, de prensa, promoción, publicación y difusión que considere conveniente de los finalistas y del premiado, así como utilizar las piezas resultantes por sí o en conjunto con el grupo ganador.

**9.** La sola participación en el Concurso, implica la conformidad de los participantes para la utilización y difusión de sus denominaciones e imágenes (foto y video) por los medios publicitarios y de comunicación que el Organizador disponga. La presente autorización es realizada en los términos del artículo 1071 bis del Código Civil, del artículo 11 del Pacto de San José de Costa Rica, del artículo 31 de la Ley N° 11.723, del art. 3, inc. h) de la Ley N° 22.362 y toda otra normativa concordante. En virtud de esta autorización, los participantes no tendrán derecho a indemnización, pago o contraprestación alguna por la difusión y/o utilización mencionada precedentemente, más allá de lo expresamente indicado en estas bases.

**10.** Por el solo hecho de participar, todos los concursantes aceptan conocer y aceptar las presentes Bases y Condiciones.

**11.** La responsabilidad del Organizador por todo concepto finaliza con la puesta a disposición de los participantes del Premio correspondiente.

**12.** En el caso de dudas o divergencias para la aplicación de las presentes Bases y Condiciones corresponderá la jurisdicción del Tribunal General de Arbitraje de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, de conformidad con la reglamentación vigente al momento de entrar en vigencia dichas bases, con expresa renuncia a cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponder.

### **13. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación de las propuestas se basará en los siguientes criterios:

**Ajuste a brief:** Este es un prerequisite sin el cual la propuesta queda descartada.

**Claridad:** El mensaje de la pieza de comunicación debe ser comprensible, comunicando el mensaje de forma precisa y sintética.

**Diferenciación:** Se tomará en cuenta como se traslada a un concepto diferenciador de comunicación el tema en cuestión.

**Originalidad:** La pieza debe ser creativa e innovadora.

**Impacto:** La capacidad de la propuesta de generar un recuerdo persistente.

### **14. JURADO**

El jurado estará integrado por un representante de banco Itaú y dos de fundación Itaú. La decisión de jurado es por mayoría simple de votos y la misma es inapelable.

## **ANEXO 1: Brief**

### **Concurso Itaú cultural de creatividad**

**TEMA:** Campaña de difusión "Misión – Itaú cultural"

Período de recepción de propuestas: hasta el 31 de mayo de 2013.

#### **OBJETIVO DE LA ACCION:**

¿Qué es lo que queremos lograr con esta acción?

Por orden de importancia:

- 1) Asociar la marca Itaú al apoyo a la cultura.
- 2) Difundir la misión de Itaú cultural: brindar oportunidades a los jóvenes.
- 3) Incrementar los seguidores en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube.
- 4) Posicionar la marca Itaú como transformadora.

¿A quién va dirigido?

Segmento 1: público general.

Segmento 2: creadores jóvenes: artistas visuales, cineastas, escritores y músicos.

#### **PRODUCTO/ACCION:**

Piezas que difundan la misión de Itaú cultural y sus acciones.

- a) Un spot publicitario para Youtube de hasta 30 segundos, dirigido al segmento 1.
- b) Un spot de radio de hasta 30 segundos, dirigido al segmento 1.
- c) Un video institucional para Youtube de hasta 2 minutos, dirigido al segmento 2.
- d) Banners para Internet (ver sitios abajo) y flyers para impresión.
- e) Se admitirán propuestas de otras piezas, si fuesen efectivas en términos de costo.

#### **Las piezas se utilizarán para difusión en:**

- Sitio institucional de la Fundación: [www.fundacionitau.com.ar](http://www.fundacionitau.com.ar)
- Sitio de premios [www.premioitau.com.ar](http://www.premioitau.com.ar)
- Sitio de banco Itaú.
- Redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube).
- E-mailings.
- Otros medios digitales.
- Proyección en eventos.
- Emisión en radios online.

#### **Oferta principal:**

- Segmento 1: Disfrutá las creaciones de los nuevos artistas argentinos.
- Segmento 2: Da a conocer tu obra.

Vigencia de la campaña: años 2013-14.

#### **Reason Why:**

¿Por qué le interesa a los segmentos objetivos?

- 1) El público argentino es permeable a diversas manifestaciones artísticas, y valora positivamente que las empresas las apoyen.
- 2) La producción creativa necesita espacios y oportunidades, como las que Itaú cultural ofrece, de dar difusión y visibilidad a sus obras.

¿Qué necesidades cubre?

Itaú cultural es una institución joven, con 4 años de actuación en el medio. Su presupuesto de comunicación es relativamente pequeño, por lo que necesita acciones comunicacionales de alto impacto y bajo costo.

¿Cuáles son los principales beneficios que tiene para la comunidad en general?

- Disfrutar las nuevas producciones artísticas.
- Participar en actividades libres y gratuitas.
- En el caso de artistas: Poder ganar visibilidad nacional.

¿Tiene algún diferencial con respecto a la competencia? ¿Por qué?

La competencia general son actividades culturales para el tiempo libre. La competencia específica son organizaciones culturales con fuerte presencia en redes sociales:

a) En artes visuales:

- Malba
- Fundación Proa
- Centro Cultural Recoleta

b) En literatura:

- Premio Clarín de Novela

c) En cine:

- INCAA
- Malba

d) En música:

- Centro Cultural Konex
- Ciudad Emergente
- Estudio Urbano

**Itaú cultural se diferencia de su competencia en que:**

- Brinda oportunidades a artistas jóvenes emergentes argentinos. Este es su nicho.
- Hace un uso intensivo de la tecnología y redes sociales, por lo que el público y los artistas objetivo son los de todo el país, en la medida que tengan acceso a Internet.

**TIPOS DE PIEZAS:**

Para participar, se requiere presentar una o más propuestas vinculadas a los puntos a, b y c de PRODUCTO/ACCIÓN, subiéndolas al sitio [www.premioitau.com.ar/creatividad](http://www.premioitau.com.ar/creatividad). Se debe presentar la estrategia de comunicación y su justificación, los bocetos del spot y el video, bocetos de banners y flyers, y plan de medios digitales. Una línea creativa es suficiente, aunque se pueden presentar hasta tres. Itaú cultural y el Área de Imagen, Comunicación y Relaciones Institucionales del banco evaluarán las propuestas para elegir hasta 5 finalistas, los cuales serán convocados a presentar su propuesta en el banco. Se extenderán certificados.

Call to Action: Seguir a Itaú cultural en Facebook y Twitter

### **PRESUPUESTO:**

\$ 25.000 para producción de las piezas, que quedarán en propiedad de Itaú (tope sin acceso, contra presentación de proveedores y aprobación contra evaluación de antecedentes).

\$ 40.000 para pauta publicitaria (a ser aprobada por Itaú cultural).

-----  
**\$ 65.000 TOTAL**

### **Especificaciones técnicas de la presentación de la campaña**

- La propuesta deberá ser presentada en formato pdf.
- En la misma se deberán incluir los siguientes capítulos:
  1. Breve CV de cada uno los participantes.
  2. Estrategia creativa.
  3. Boceto de spot publicitario para Youtube de hasta 30 segundos, dirigido al segmento 1.
  4. Boceto de video institucional para Youtube de hasta 2 minutos, dirigido al segmento 2.
  5. Guión del spot de radio, dirigido al segmento 1.
  6. Banner para Internet.
  7. Flyer para impresión.
  8. Utilización del presupuesto.
- Utilización de tipografía institucional: Myriad Roman
- Aplicación de logo de Itaú cultural en sus dos variantes

**Itaú  
cultural**

**Itaú  
cultural**

