

Tatakuá-2011. Festival de ideas.

El Círculo de Creativos del Paraguay ORGANIZA Y PRESENTA:

La muestra y concurso de la creatividad publicitaria paraguaya, denominado Tatakuá-2011 convocando a participar del mismo a:

- Profesionales de la creatividad (independientes y/o en relación de dependencia)
- Empresas del ámbito de las comunicaciones integradas de marketing.
- Estudiantes de comunicación, diseño, publicidad, marketing y ramas afines.

Participación de profesionales:

Las bases y condiciones del concurso incluyen en la participación a todos los profesionales residentes en Paraguay que estén desarrollando sus actividades en la comunicación publicitaria, el diseño corporativo y el diseño web.

Costo de inscripciones:

Gs. 150.000 por pieza individual

Gs. 400.000 por campaña

Jurado:

Lo jurados realizarán el juzgamiento a través de la consulta digital y física de las piezas.

Los miembros del jurado son: *Diego Medvedocky* (Director Creativo de Del Campo Saatchi & Saatchi); *Cassio Moron* (Director General de Arte y DC Loducca Brasil); *Maximiliano Maddalena* (Director Creativo Ogilvy); *Fernando Iyo* (Director General Creativo JWT Peru) y *Pablo Medina* (Director General Creativo Asociado Plutón Uruguay)

Bases y condiciones

De la participación:

Podrán participar todos los creativos residentes en Paraguay que se encuentren desarrollando actividades profesionales en el campo de la publicidad (prensa, radio, TV, vía pública), el diseño corporativo, packaging, el diseño web, las activaciones de marca, y el marketing directo.

También podrán participar empresas anunciantes, estudios de creatividad y diseño y agencias de publicidad nacionales y/o transnacionales que fijen residencia en la República del Paraguay.

Podrá ser inscripta la producción comprendida entre el 21 de agosto del 2010 y el 24 de agosto del 2011. Entiéndase piezas producidas, emitidas o vehiculizadas entre las fechas especificadas arriba.

De la inscripción:

La recepción de piezas se realizará en el local de d-Elemental (Asunción), Lunes a Viernes de 10:00 a 18:00. Cnel. Rafael Franco 502. Teléfono 021 -231 120 Asunción. El cierre de Inscripción de piezas es el miércoles 24 de agosto del 2011 a las 18:00 hs. La recepción de los pagos de las inscripciones se harán en YA Publicidad, dirección Padre Cardozo 719 c/ Genaro Ruiz, Barrio las Mercedes. Tel 227162, con Mirna Rojas (Cel 0981-594883)

De la responsabilidad de las piezas inscriptas:

Las piezas podrán ser inscriptas por creativos independientes, creativos en relación de dependencia con agencias de publicidad o empresas, anunciantes, agencias de publicidad y estudiantes universitarios de carreras afines a la publicidad.

Los participantes serán los responsables de gestionar, en caso de ser necesario, los permisos correspondientes con los anunciantes.

La responsabilidad de las piezas inscriptas es asumida por quien/quienes la/s inscribieron.

De la autoría:

La persona u organización con el solo hecho de inscribir la pieza al festival acepta las bases y condiciones da fe de ser el autor intelectual de la misma.

De la premiación:

La entrega de estatuillas será a la persona u organización que inscriba la pieza, pudiendo esta nombrar o enviar uno o varios representantes a recibir la misma. Por

los objetivos del festival se sugiere sean los responsables de la creación original de la misma.

De las categorías a premiar:

Los criterios para la creación y definición de categorías fueron:

- 1) Categorías que reflejen fortalezas de nuestra industria (ej.: Innovación en medios, Promo)
- 2) En contrapunto, categorías que promoverán, con su aparición y de manera indirecta, el mejor desarrollo de cierto aspecto débil de nuestra industria (ej.: Segmentación de la categoría Internet).
- 3) Categorías que buscan reconocer de manera más específica al profesional (ej.: Mejor Director Creativo, Mejor Fotografía, Mejor Director).
- 4) Categorías que busquen integrar a más actores al festival (Mejor Anunciante)

CATEGORIAS TATAKUA 2011

1. Pieza de Televisión - Cine

1.1 Servicio

1.2 Producto

2. Pieza de Prensa

2.1 Servicio

2.2 Producto

3. Pieza de Radio

4. Pieza de Vía Pública

4.1 Servicio

4.2 Producto

5. Campaña Televisión (por lo menos 3 piezas de televisión)

6. Campaña Prensa (por lo menos 3 piezas de Prensa)

7. Campaña Radio (por lo menos 3 piezas de radio)

8. Campaña Multimedios. Campaña implementada en por lo menos 3 medios de comunicación, pero sin llegar a ser implementada en 360°. Se entiende por un campaña que puede llegar a tener: TV, radio, grafica, vía pública, activaciones, mkt directo, etc..

9. Campaña Integrated: Esta categoría premia la mejor implementación 360° de una idea y la creatividad de la idea misma.

10. Internet

10.1 Websites (considerado como pieza, serian páginas institucionales, microsites y

hotsites)

10.2 Campaña interactiva (suma de tres elementos o acciones independientes con el mismo concepto. Ejemplo: un mailing + un banner + un website)

10.3 Pieza on line (banners, pop up, blogs, juegos on line, ppt o video viral, etc.)

11. Bien Público: En esta categoría se premia la mejor comunicación de bien público. Independientemente del formato o medio en el cual la idea ha sido implementada.(Compiten piezas individuales como campañas)

12. Packaging

13. Imagen Corporativa

14. Marketing Directo

15. Campaña Promocional: Actividad diseñada para crear una respuesta inmediata del consumidor en un periodo corto de tiempo. Eventos, in store ad (pdv), PR, Exhibiciones, acciones creativas de sampling, etc.

16. Innovación en medios (Esta categoría premia, independientemente del canal, la innovación aplicada al medio)

17. Activaciones (Cualquier acción que logra hacer vivir la experiencia de la marca a una audiencia. Independientemente de los canales utilizados)

18. Banda sonora original (categoría que premia, independientemente del canal, a la Banda sonora original creada para uso exclusivamente publicitario. La misma debe ser creación original tanto en Melodía como en letra).

19. Acción para la copa América (hecha en cualquier soporte, específicamente para Copa América, emitida durante el periodo determinado en el presente reglamento)

19.1 - Pieza copa América

19.2 - Campaña copa América (dos o más piezas)

20. Acción para el bicentenario (hecha en cualquier soporte, específicamente para el bicentenario, emitida durante el periodo determinado en el presente reglamento)

20.1 - Pieza bicentenario

20.2 - Campaña bicentenario (dos o más piezas)

21. Categoría Estudiante (Campaña gráfica de bien público, briefeada específicamente para la premiación de estudiantes, para esta ocasión el tema elegido es “la NO utilización del celular durante el manejo”)

21. 1 - Campaña prensa (3 piezas)

Rubros premiados sin inscripción del participante

1. Anunciante del Año (marca con mayor sumatoria de puntos obtenidos en el festival, se premiara a las marcas no a las compañías)
2. Mejor dirección de arte (reconocimiento a la pieza o campaña con la mejor dirección de arte independientemente al canal o medio de comunicación)
3. Mejor Dirección Audiovisual (reconocimiento a criterio del jurado a la pieza o campaña audiovisual con la mejor dirección)
4. Mejor uso de la fotografía (reconocimiento a criterio del jurado a la pieza o campaña con el mejor uso del recurso)
5. Creativo del año (por sumatoria de puntos obtenidos en el festival en el ítem creación original o equipo creativo)
6. Director creativo del año (premio al director o la dupla, por sumatoria de puntos obtenidos en el festival en el ítem dirección creativa)
7. Director de Arte del año (premio al director o la dupla, por sumatoria de puntos obtenidos en el festival en el ítem dirección de arte)
8. Tatakúá Popular (voto del publico con pre-selección por parte de un jurado)
9. Agencia del Año (por sumatoria de puntos obtenidos en el festival con los premios ganados, la agencia ganadora deberá contar por lo menos con 1 oro para poder llevarse este título)
10. Gran Prix (Nuevo galardón, que puntúa sin inscripción, junto con el Gran TTK para el premio agencia del año, dirección creativa del año, creativo del año y anunciante del año)

Gran Prix TV: Premia entre los oros, la mejor pieza de TV en cualquiera de las categorías.

Gran Prix Radio: Premia entre los oros, la mejor pieza de RADIO en cualquiera de las categorías.

Gran Prix Prensa: Premia entre los oros, la mejor pieza de PRENSA en cualquiera de las categorías.

Gran Prix Vía pública: Premia entre los oros, la mejor pieza de Vía Pública en cualquiera de las categorías.

11. Gran Tatakúá (pieza elegida por el jurado dentro de los oros y gran prix, otorgados en el festival como la mejor pieza de toda la muestra, en todas las categorías o medios. El Gran Tatakúá es el único galardón sin inscripción, junto con el gran prix, que puntúa para el premio agencia del año, dirección creativa del año, creativo del año y anunciante del año)

Puntuaciones:

Los premios obtenidos en el festival puntúan de la siguiente manera: Bronce **1** punto, Plata **3** puntos, Oro **5** puntos, Gran Prix **7** puntos y Gran Tatakúá **10** puntos.

Obs.: A la pieza ganadora de un Gran Prix se le suman 2 puntos, osea, la diferencia que hay entre el Oro y el GP, de esta manera alcanzará a tener los 7 puntos que le otorga este galardón.

Del Modelo de Inscripción:

Cada pieza inscrita constará de una ficha de inscripción (en triplicado) con los siguientes datos:

- TITULO O NOMBRE DE LA PIEZA:
(GRÁFICA / SPOT TV / RADIO / CARTEL):
- BREVE JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PIEZA: (solo importante para piezas con conceptos, términos muy regionales, ya que parte del jurado será extranjero):
- CREACIÓN E IDEA ORIGINAL :
- DIRECCIÓN CREATIVA:
- DIRECCIÓN DE ARTE:
- EQUIPO CREATIVO:
- EJECUTIVO/A DE CUENTA:
- DIRECTORA/A DE CUENTA:
- CLIENTE:
- AGENCIA:
- APROBACIÓN POR EL CLIENTE:
- PRODUCTORA:
- DIRECTOR:
- FOTÓGRAFO:
- OTROS PARTICIPANTES:

Del formato de presentación de las piezas:

Todas las piezas tienen exigencias de presentación considerando formar un archivo en buena calidad de la publicidad local. Las piezas que no estén en estas condiciones sólo acarrearán costos extras a la organización y se exponen a quedar eliminadas del festival.

TV / Cine:

Una versión en formato reducido en formato MPEG y una versión en alta resolución en formato AVI 720 x 576 píxeles, ambos grabados en un CD o DVD identificado con rótulo e información sobre el contenido. Adjuntar ficha técnica impresa y en digital dentro del CD o DVD.

Gráfica:

Impresión de la pieza gráfica en papel, tamaño A3, con marco negro (paspartú de 5 cms incluido en el tamaño A3) y montada sobre un cartón rígido. Ficha técnica adherida a la parte posterior de las piezas gráficas.

Copia en CD del/los avisos presentados, en formato JPG, también con ficha técnica en digital e impresa adjunta y debidamente identificados.

Radio:

Una copia en CD o DVD del material, con ficha técnica adjunta en digital e impresa y Debidamente identificados.

Vía Pública:

Copia en papel y/o fotografía de la pieza, en tamaño A3, con un marco negro (paspartú de 5 cms incluido en tamaño A3) y montada sobre un cartón rígido. Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior de las piezas gráficas.

Copia de la pieza en CD o DVD en formato JPG, también con ficha técnica adjunta y debidamente identificados.

Campaña Multimedia e Integrated y Activaciones:

Descripción de la campaña, en UNA hoja tamaño A3 con 5 cms de paspartú ya incluido en tamaño A3 y montado sobre un cartón rígido. En esta hoja describir los medios que componen la campaña. Una ficha técnica debe ir adherida a la parte posterior.

Texto explicativo de la acción que no debe exceder de 400 palabras. Puede estar detallado de la siguiente forma para mayor claridad: Necesidad de la marca / Propuesta de la agencia / Resultado, si se cuenta con este dato.

CD o DVD con JPGS de piezas gráficas, piezas de radio, materiales audiovisuales con una versión en formato reducido en formato MPEG y una versión en alta resolución en formato AVI 720 x 576 píxeles, identificado con rótulo e información sobre el contenido y con su ficha técnica correspondiente.

Campaña Gráfica:

Descripción de la campaña, en UNA hoja tamaño A3 con 5 cms de paspartú ya incluido en tamaño A3 y montado sobre un cartón rígido. Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior.

CD o DVD con JPGS de piezas gráficas + Ficha Técnica y debidamente identificados.

Aclaración respecto al rubro "Campaña Grafica": La campaña inscripta debe tener un mínimo de 3 (tres) piezas en grafica.

Campaña Radio:

Una copia en CD o DVD de los materiales, con ficha técnica adjunta en digital e impresa y debidamente identificados.

Aclaración respecto al rubro “Campaña Radio”: La campaña inscripta debe tener un mínimo de 3 (tres) piezas en radio

Campaña TV:

Una copia en CD o DVD de los materiales con una versión en formato reducido en formato MPEG y una versión en alta resolución en formato AVI 720 x 576 píxeles, identificados con rótulo e información sobre el contenido con ficha técnica adjunta en digital e impresa.

Aclaración respecto al rubro “Campaña TV”: La campaña inscripta debe tener un mínimo de 3 (tres) piezas en TV.

Activaciones de Marca:

Resumen gráfico de 1 (UNA) lámina de la Activación y con texto de la actividad, las herramientas y medios utilizados en la misma en una hoja tamaño A3, con marco negro de 5 cms de paspartú (ya en tamaño A3) y montadas sobre un cartón rígido.

El texto explicativo de la activación no debe exceder de 400 palabras. Puede estar detallado de la siguiente forma para mayor claridad: Necesidad de la marca / Propuesta de la agencia / Resultado, si se cuenta con este dato.

Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior de las piezas gráficas.

Una copia de la activación en CD o DVD en formato JPG, también con ficha técnica adjunta y debidamente identificados. Se pueden incluir videos y presentaciones en power point teniendo en cuenta el formato de presentación de las piezas audiovisuales.

Marketing Directo:

El material producido.

Texto explicativo de la acción que no debe exceder de 400 palabras. Puede estar detallado de la siguiente forma para mayor claridad: Necesidad de la marca / Propuesta de la agencia / Resultado, si se cuenta con este dato.

La reproducción del material en tamaño A3, con marco negro de 5 cms de paspartú, ya en tamaño A3 y montado sobre un cartón rígido. Con una ficha adherida a la parte posterior.

Copia de la pieza en CD o DVD en formato JPG, también con ficha técnica adjunta y debidamente identificados.

Internet:

Foto de Pantalla del sitio

Sitios estáticos: Una copia en CD o DVD del sitio web o diseño, con ficha técnica adjunta y debidamente identificados.

Sitios dinámicos: Documento de texto con Link (enlace) al sitio, con ficha técnica adjunta y debidamente identificados.

Impresión de la pieza principal en papel, tamaño A3 con 5 cm de paspartú ya incluido en la A3, montada sobre cartulina negra. Ficha técnica adjunta.

Todas las piezas de este rubro deberán estar on line en su hosting original o un hosting temporal al momento de la presentación de la pieza y hasta el final del festival.

Imagen Corporativa:

Una impresión tamaño A3 con la imagen corporativa y los detalles que crean convenientes para presentar el desarrollo con marco negro de 5 cms de paspartú (incluido en el tamaño A3) y montado sobre un cartón rígido. Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior.

CD o DVD con desarrollo de identidad corporativa (se sugiere en formato PowerPoint o PDF) y debidamente identificados. Ficha técnica adjunta.

Packaging:

El material producido.

Una impresión con la descripción en tamaño A3 con 5 cms de paspartú (ya incluido en el A3) y montado sobre un cartón rígido, con imágenes en 3D en las perspectivas que crean conveniente. Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior.

Copia de la pieza en CD en formato JPG, también con ficha técnica adjunta y debidamente identificados.

Campaña Promocional

Resumen gráfico de 1 (UNA) lámina de la Activación y con texto de la actividad, las herramientas y medios utilizados en la misma en una hoja tamaño A3, con marco negro de 5 cms de paspartú (ya en tamaño A3) y montadas sobre un cartón rígido.

El texto explicativo de la acción no debe exceder de 400 palabras. Puede estar detallado de la siguiente forma para mayor claridad: Necesidad de la marca / Propuesta de la agencia / Resultado, si se cuenta con este dato.

Una de las fichas debe ir adherida a la parte posterior de las piezas gráficas.

Una copia de la activación en CD o DVD en formato JPG, también con ficha técnica adjunta y debidamente identificados. Se pueden incluir videos y presentaciones en power point teniendo en cuenta el formato de presentación de las piezas audiovisuales.

Banda sonora original

Una copia en CD o DVD del material, con ficha técnica adjunta en digital e impresa y debidamente identificados.

Del jurado y juzgamiento de las obras:

El jurado realizará su elección en forma digital. El 5 de septiembre se enviará en soportes digitales las tortas correspondientes de todas las inscripciones a cada según la categoría que juzgue.

Por este motivo **NINGUNA INSCRIPCIÓN REALIZADA DESPUÉS DEL 20 DE AGOSTO DE 2011 PARTICIPARÁ DE LA COMPETENCIA TATAKUÁ 2011.**

Observaciones:

Las Agencias o socios que presenten varios trabajos podrán utilizar un solo CD o DVD bien identificado y organizado para todas sus piezas. No es necesario presentar un CD por pieza o categoría presentada.

Solicitamos que los trabajos de Agencias o socios que presenten todos sus trabajos en un gran paquete único para facilitar el trabajo de organización.

Las piezas presentadas sin cumplir los requerimientos básicos de la Organización podrán ser pasibles de descalificación inmediata. (Como por ejemplo la presentación de avisos sin ficha técnica o con ficha técnica completada en forma insuficiente y copias de comerciales en mal estado).

La participación en el concurso implica la aceptación de todas las reglas de la organización.

El Círculo de Creativos del Paraguay podrá utilizar todas las piezas presentadas para sus propósitos institucionales o promocionales, sin necesidad de solicitar la autorización expresa de sus creadores.

Toda comunicación que los ganadores realicen a cerca de sus premios deberá ceñirse exclusivamente a la categoría adjudicada.

Cualquier controversia o duda será resuelta por el jurado en forma inapelable.