



Premios EIKON

Categoría:

17.1 Publicidad Institucional Televisiva.

Título del programa:

TIZA.

Nombre de la compañía o institución:

Grupo Clarín/ Fundación Noble.

Área:

Gerencia de Relaciones Externas del Grupo Clarín.

Responsable del plan de comunicación:

Martín Etchevers, Gerente de Relaciones Externas/ Savaglio Studio.

Un twitt que identifique y defina el propósito del programa:

Tiza, el spot institucional de la Fundación Noble en su 50 Aniversario.

HAY UN SOLO CAMINO,
LA EDUCACIÓN.

Fundación
Noble 50
Grupo Clarín AÑOS

Introducción

En septiembre de 2016, en ocasión de la celebración de su aniversario número 50, la Fundación Noble lanzó la iniciativa “Hay un solo camino la educación”, que tuvo como objetivo principal generar conciencia, elaborar diagnósticos y consensuar propuestas que permitan abordar los desafíos del sistema educativo argentino; a través del aporte de especialistas, referentes del sector público y periodistas.

Esta campaña se inició con la publicación diaria –durante 30 días- de una página completa del diario Clarín, dedicada a la información, análisis y debate sobre los principales desafíos educativos del país. Cada día, esta información sería replicada por otros medios televisivos y radiales del Grupo (Radio Mitre, TN, El Trece- Telenoche-), con la impronta de sus formatos característicos.

Otra línea de acción fue la puesta en marcha una página web, y la activación desde las redes sociales (#debateeducativo) de los contenidos generados en el marco de esta campaña. Y como evento de cierre, se realizó una jornada especial-“Innovación educativa para la sociedad del conocimiento”-, en el salón principal del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), en la que especialistas nacionales e internacionales expusieron experiencias innovadoras en el ámbito educativo y analizaron las nuevas competencias y tecnologías de cara al futuro. Participaron de este evento, seis ministros de Educación (el nacional y de distintas provincias argentinas), especialistas internacionales, referentes locales y más de 300 invitados.

Todas estas acciones fueron promovidas y potenciadas por la puesta al aire de una pieza publicitaria -TIZA-, que buscó mostrar a la educación como aquel camino distinto y mejor que los argentinos debemos recorrer.

Implementación

En septiembre de 2016, y en el marco de su 50° aniversario, la Fundación Noble presentó "Tiza", un nuevo spot institucional que invitó a reflexionar sobre la importancia de la educación para el desarrollo del país.

La pieza presenta a la educación como el único camino “que nos permite crecer como sociedad”, ya que “todos aquellos que lo recorren, llegan a un lugar distinto; al mismo tiempo que todos caminamos hacia un mejor lugar”.

El spot, que tiene una duración de un minuto y medio, fue realizado por SAVAGLIO Studio.

Se trata de una imagen simple y cercana a todos: una tiza que recorre un pizarrón y termina construyendo un país, el nuestro. Se acompaña de un mensaje (de voz en off) también llano pero contundente: la reflexión sobre el producto de la educación, la necesidad de que todos los argentinos tomemos ese camino.

Ficha Técnica

DIRECTOR GENERAL CREATIVO: ERNESTO SAVAGLIO

DIRECTORA PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO: VERÓNICA CAPURRO

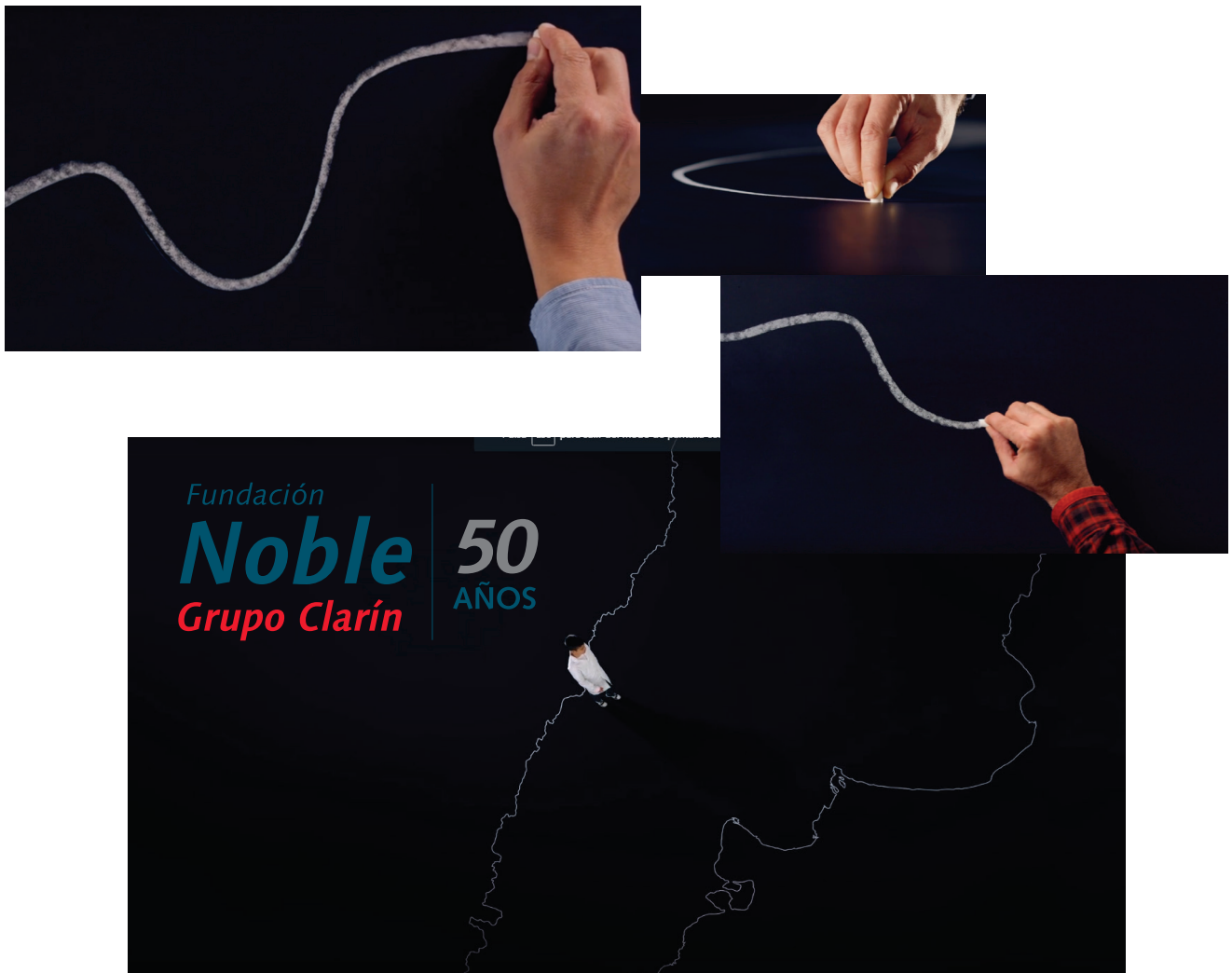
DIRECTOR CREATIVO: NICOLÁS MAYORGA / DIEGO CORREA

EQUIPO CREATIVO: GATO ANGELLA / POYO RUSENAS

DIRECTORA DE CUENTAS: LULA CONCISTRE

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: DANTE DI TOMASSO / JOSUÉ ROMERO

BANDA MUSICAL: WONDER MELODIES



Evaluación

- El institucional TIZA fue emitido en los medios del Grupo diariamente en horarios centrales y durante el resto del día. Durante septiembre y octubre de 2016, TIZA fue transmitido más de 700 veces en la TV abierta. En los canales del interior del país, se reprodujo en alrededor de 720 oportunidades. A su vez, durante el mismo período, se reprodujo más de 350 veces en los canales de cable de la capital.
- El Trece y TN lo difundieron 6 veces diarias, en horarios rotativos, durante los tres meses principales de la campaña.
- El spot fue visto por más de 500.000 personas en las redes sociales de la Fundación Noble y el Grupo Clarín.
- La pieza recibió evaluaciones positivas en todas las plataformas sociales.
- Las cuentas de Facebook y Twitter de la Fundación Noble y el Grupo Clarín, sirvieron de plataforma de intercambio con las audiencias.
- Por todo el trabajo realizado en el marco de esta iniciativa, la Fundación Noble fue reconocida por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por su aporte al debate educativo.



Ver pieza TIZA: <https://www.youtube.com/watch?v=u2muHWTFQr0>