REGLAMENTO GENERAL PARA LOS PREMIOS OBRAR
– ESTUDIANTES-
DEL CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO
2026

Los "PREMIOS OBRAR ESTUDIANTES", distinguen a los mejores proyectos de campañas de comunicación con impacto positivo especialmente realizados para este Premio llevados a cabo por estudiantes de carreras de comunicación y afines, de Universidades y Escuelas Terciarias nacionales y provinciales de carácter público y/o privado de la República Argentina.

Se definen "PROYECTOS DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON IMPACTO POSITIVO" a aquellos proyectos de campañas que buscan transmitir un mensaje positivo y generar un efecto favorable en la población. Habitualmente abordan realidades y causas sociales, económicas y ambientales, y buscan movilizar al interlocutor para generar empatía con dicha causa. En ocasiones incentivan el ejercicio de la ciudadanía y del compromiso social.

1. PARTICIPANTES

1.1 Podrán aspirar a participar de los PREMIOS OBRAR ESTUDIANTES, cualquier alumno/a regular de Universidades y Escuelas Terciarias con actividad en el país (en adelante "PARTICIPANTES") que desarrollen proyectos de campañas que cumplan con los requisitos enunciados en las presentes Bases y Condiciones.

1.2 Los/Las PARTICIPANTES deberán presentar proyectos de campañas especiales inéditos, y la institución educativa deberá aprobar la inscripción de los trabajos en el presente concurso.

2. PLAZO DE VIGENCIA

Los PROYECTOS DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON IMPACTO POSITIVO, objeto de la presentación de los PARTICIPANTES, deberán haber sido creados en el período que se extiende entre el 17 de octubre de 2025 hasta el último día disponible de inscripción. No podrán participar proyectos de campaña que ya hayan sido inscriptos en ediciones anteriores de los Premios Obrar.

3. CATEGORÍAS

3.1. Los proyectos de campañas realizados por estudiantes de las carreras de comunicación y afines de Universidades y Escuelas Terciarias Nacionales y Provinciales de carácter Público y/o Privado de la República Argentina, podrán inscribirse en las siguientes categorías:

a) Brief libre: tema a elección del estudiante o institución educativa
b) Brief: "La naturalización de la crueldad"
c) Brief: "Jóvenes y futuro laboral"

3.2.- El Consejo Publicitario Argentino se reserva el derecho de introducir modificaciones en las categorías, y/o recategorizar los casos presentados, siempre y cuando no se alteren los principios y/o fines del presente Concurso.

3.3.- El caso será aceptado y juzgado a través de tres factores, que se evaluarán con un sistema de puntaje máximo preestablecido para cada factor, cuya sumatoria total es de diez (10) puntos:

3.3.a. Diagnóstico del Caso y Objetivo Comunicacional (máximo 3 puntos): detalle de los antecedentes de la situación que motivan la necesidad de esa obra y el análisis dela situación general. Es la presentación de la problemática que se eligió tratar, sus antecedentes, el análisis contextual, la relevancia para la comunidad. La información y/o datos y/o estadísticas sobre la problemática que se incluyan como parte de la descripción del diagnóstico, deberán estar avalados por expertos o especialistas en la temática, y se deberán citar las respectivas fuentes. Objetivos de comunicación.

3.3.b. Estrategia Creativa (máximo 5 puntos): determinación clara y sintética de las acciones implementadas para alcanzar los objetivos propuestos. Descripción de la implementación creativa de las estrategias y planes para lograr los objetivos que se persiguen.

3.3.c. Factibilidad (máximo 2 puntos): Se evaluará cuan factible o posible sería llevar el proyecto a cabo.

En el punto 3.3.a sobre el Diagnóstico del caso, el Consejo Publicitario Argentino hace especial énfasis en la documentación de cualquier aspecto que juegue un rol fundamental en el concepto y creatividad de la campaña. (Por ejemplo, si la campaña se basa en ayudar a personas con Alzheimer a través de la música porque responden especialmente bien a ese estímulo, será importante citar las fuentes y autoridades que validan esta aseveración.)

3.4. Los PROYECTOS DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON IMPACTO POSITIVO, objeto de la presentación de los PARTICIPANTES, deberán haber sido creados y pensados para su aplicación en la República Argentina.

4. FORMATOS

Pueden participar proyectos de campañas pensados para ser implementados en los siguientes formatos:

» Gráficos
» Televisión
» Radio
» Publicidad Exterior
» Medios Alternativos
» Cine
» Medios Digitales
» Campañas Integrales
» Pantallas
» Redes Sociales
» Activaciones
» Otras comunicaciones

5. INSCRIPCIONES – MECÁNICA DE PARTICIPACIÓN

5.1.- Para participar de los PREMIOS OBRAR ESTUDIANTES se deberá completar correctamente la totalidad del "Formulario de Inscripción", en el sitio **ObrarEstudiantes.awardsmadeeasy.com**, previo registro del inscriptor. No se aceptarán bajo ningún concepto los formularios manuscritos o con datos erróneos, incompletos o poco claros.

5.2.- Dicho formulario contiene todos los datos de los PARTICIPANTES que se presentan y los 3 factores (punto 3.3) que deben cumplir y por los cuales serán pre-evaluados y aceptados los PROYECTOS. El formulario deberá ser acompañado por un video de hasta 2 minutos y/o board (de una única página en tamaño A4) explicativo del caso (en el cual se describa el

Diagnóstico y objetivo comunicacional y la Estrategia Creativa), y las piezas gráficas y/o audiovisuales si la tuviera (ver 6.1 más abajo).

5.3.- El formulario deberá completarse online hasta el 22/10/2026 y el video y/o board se cargará en la plataforma a más tardar en la misma fecha.

5.4.- Al momento de facilitar al Consejo Publicitario Argentino (en adelante, el "Organizador") sus datos, los PARTICIPANTES prestan expreso consentimiento para que tales datos puedan ser utilizados por el Organizador con fines publicitarios y de marketing en general. La información de los PARTICIPANTES será tratada en los términos previstos por la Ley Nacional de Protección de Datos Personales Nº 25.326. El titular podrá en cualquier momento solicitar el retiro o bloqueo de su nombre de los bancos de datos a los que se refiereel presente artículo (Artículo 27, inciso 3, Ley 25.326).

Con la sola participación en este Premio, los PARTICIPANTES asumen el compromiso de mantener indemne al Organizador, en relación a cualquier reclamo judicial y/o extrajudicial que pudieren hacer terceras personas por la autoría u originalidad de las fotos, imágenes y/o información presentada, así como frente a cualquier reclamo que pudieran realizar terceras personas con respecto a los PROGRAMAS Y/O CAMPAÑAS que inscriben los PARTICIPANTES.

Una "Comisión Premios OBRAR", nombrada por la Comisión Directiva del Consejo Publicitario Argentino, revisará cada caso y se expedirá sobre la aceptación o rechazo del mismo según el punto 6.4 más abajo.

5.5. Los PARTICIPANTES deberán completar en el formulario de inscripción los datos de un docente o directivo de referencia de la institución educativa. Tras el cierre de las inscripciones, el CPA se contactará con dicha persona para validar la inscripción.

5.5. La inscripción a los PREMIOS OBRAR ESTUDIANTES será sin costo.

6. PRESENTACIÓN DE LOS CASOS ANTE EL JURADO

6.1. Las presentaciones deberán realizarse de la siguiente manera:

- **Caso del proyecto de campaña (obligatorio):** puede ser presentado en formato de video de hasta 2 minutos, o a través de una única pieza gráfica en tamaño A4 –a partir de ahora BOARD– en donde se explique el Diagnóstico y Objetivo Comunicacional y la Estrategia Creativa. Además, deberán incluir en el video y/o board la leyenda "Propuesta presentada para Premios Obrar Estudiantes 2026". El caso no deberá incluir mención a la institución educativa.
- **Materiales de la campaña (opcional):** piezas gráficas y/o audiovisuales que conforman la campaña presentada. Los materiales de la campaña que se presenten deberán incluir la leyenda "Propuesta presentada para Premios Obrar Estudiantes 2026". Los materiales de la campaña no deberán incluir mención a la institución educativa.
- **Otros materiales (opcional):** se aceptarán documentos, gráficos y otros elementos que agregan a o sirven como respaldo de las explicaciones del video o board, pero esos otros elementos de ninguna manera substituirán el requisito de presentar un video y/o board según las especificaciones siguientes.

6.2. Los gastos para la preparación y/o envío de los casos, hasta su recepción por parte del Organizador, correrán por cuenta de los PARTICIPANTES.

6.3. Toda la información presentada debe mencionar obligatoriamente su fuente, aún en el caso de uso de datos "secundarios" reelaborados por la propia organización. Si la misma no desea mostrar las cifras propias y del mercado, la utilización de "números índices" será

aceptada, en tanto y en cuanto se indiquen las fuentes en que se basen los mismos. La no mención de las fuentes, en ambos casos, será considerada como un factor de disminución del puntaje del caso, otorgado por el jurado.

6.4. El Organizador se reserva el derecho de descalificar del concurso a las presentaciones que no cumplan con estas reglas o con las especificaciones técnicas establecidas o si se comprueba cualquier falsedad en los datos proporcionados en la inscripción o se sospecha plagio o falta de originalidad.

6.5. Los PARTICIPANTES que sean galardonados tendrán derecho a difundir los premios que hayan obtenido en la presente edición.

7. JURADO

7.1. El Jurado estará integrado por representantes de los sectores que participan en la creación, producción y difusión de los mensajes de bien público, además de personalidades de destacada actuación de las áreas de dirección y marketing de la actividad empresaria, de los ámbitos académicos, de consultoría, de comunicación y otros. El o la presidente y demás integrantes del jurado serán nombrados por el Organizador. En el eventual caso de que algún miembro del jurado tenga vínculos con el caso, la organización concursante o competidores, que no le permitan tener un juicio imparcial u objetivo, deberá abstenerse de votar el caso en cuestión.

7.2. Cada miembro del Jurado emitirá su puntaje individualmente, el cual será reunido con el resto y la suma total de los mismos se dividirá por la cantidad de jurados que hayan calificado ese caso, lo cual dará un puntaje promedio para cada caso.

7.3. El Jurado se reserva el derecho de introducir modificaciones en las categorías, y/o reagrupar los casos presentados, siempre y cuando no se alteren los principios y/o fines del presente Concurso.

7.4. El Organizador podrá dividir el jurado en dos grupos, uno para la confección de los shortlists de las categorías y el otro para determinar los ganadores finales.

Las decisiones del Jurado serán definitivas e inapelables.

8. ENTREGA DE PREMIOS

La entrega de premios se llevará a cabo en una ceremonia de entrega a realizarse en el mes de diciembre de 2026.

La cantidad de premiados dependerá de la puntuación del Jurado (7.2), siendo las posibilidades de premiación:

- **Premio Obrar:** Es el reconocimiento del certamen, será un diploma de Oro, Plata o Bronce, según decisión del Jurado. La categoría puede quedar vacante si así el Jurado lo determinase.

- **Mención Especial:** Es la distinción que se entrega para aquellos proyectos de campaña que, por decisión del Jurado, merecen ser destacadas, aunque no hubieran alcanzado la evaluación máxima en la votación. Puede entregarse más de una mención especial por categoría y/o puede quedar vacante.

  El Jurado podrá otorgar uno o más premios obrar de Oro, Plata, Bronce o Menciones especiales por cada categoría, si así lo considerara pertinente.

Tanto los Premios Obrar como las Menciones Especiales serán diplomas, no tienen valor

económico.

- **Premio Obrar Grand Prix:** Es un reconocimiento del certamen que se entrega al proyecto de campaña que mejor evaluación haya obtenido entre todas las categorías, de acuerdo a la votación realizada por el Jurado. Este premio será una estatuilla, no tiene valor económico.

9. DIFUSIÓN

El Organizador se reserva el derecho de difusión de los PARTICIPANTES y/o de los PROGRAMAS Y/O CAMPAÑAS presentados a través de los distintos medios enunciados en el punto 4, y otorga a las organizaciones ganadoras, el derecho de utilizar el premio en todas sus actividades y elementos de difusión interna y externa en tanto y en cuanto se mencione la fecha de premiación, dando por descontado que las empresas brindarán sus mejores esfuerzos en la difusión de este reconocimiento a la excelencia en materia de CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN CON IMPACTO POSITIVO.

Asimismo, cada organización participante, premiada o no, otorga al Organizador una licencia mundial, perpetua, irrevocable, exenta de regalías, susceptible de otorgamiento de sublicencias, transferible para utilizar, explotar y distribuir comercialmente o no, reproducir, preparar obras derivadas, exhibir y presentar en relación con las actividades y contenidos de capacitación y cursos que desarrolla el Organizador, en cualquier formato y a través de cualquier canal de comunicación, existente o que se desarrolle en el futuro, con respecto al caso inscripto. Dicha licencia incluye el uso del nombre, imagen o cualquier especie de identificación del disertante y/o autor/es, o bien del caso en cuestión, respecto de lo cual la organización participante declara que posee, y otorga de ser necesario, todas las licencias y derechos, consentimientos y permisos para ello.

Al inscribir él o los materiales, los PARTICIPANTES conocen y aceptan que autorizan de manera automática y expresa al Organizador, a reproducirlos, publicarlos, comunicarlos públicamente y en cualquier otra forma, así como también a utilizarlos y divulgarlos en libros, revistas, folletos e impresos en general, programas de televisión, radio, sitios y páginas de Internet y cualquier otro medio conocido o por conocer, ya sea público o privado siempre con fines educativos y/o destinados a programas de bien público. Por lo anterior, desde ahora el concursante libera a la institución de toda responsabilidad al respecto.

Las inscripciones que no hayan sido finalizadas en la plataforma, y/o no cumplan los requisitos de inscripción citados en las presentes bases y condiciones al día del cierre de las inscripciones, no serán tomas en cuenta para el presente concurso.