

## BASES

Hola, amigos

Aquí estamos, en la **1ª edición del NotodoPubliFest.com**, para contaros cuáles son las reglas del juego. No seáis perezosos y hacednos el favor de leer estas bases con atención, que luego nos llamamos... Cuanto antes empecéis, antes podréis poner os manos a la obra.

### ¿Pero qué es esto?

- Esto es un **Festival de Publicidad hecha por ti**, donde unas marcas te brindan la posibilidad de hacer spots de acuerdo a los briefings que te plantean. Las marcas son **Amena, FontVella Go!, Ford, EL PAÍS, Iberdrola, J&B y Mahou**; y sus briefings están disponibles en la Sala de Proyección cada marca.

Y se trata de un festival de verdad. Jugamos a hacer publicidad, pero con fuego real. ¿Qué significa esto? Que tu spot pasará un filtro que garantizará que las piezas cumplen una norma básica:

. Enriquecen y potencian la imagen de marca.

O sea, que puede entenderse como publicidad para la marca en cuestión, o algo muy parecido, y no cualquier otro tipo de cosa extraña, inclasificable o perjudicial para la marca.

Finalmente será **Notodo** quien decida qué spots cumplen con los requisitos y cuáles no, es decir, que tenemos la sartén por el mango.

### ¿Cómo es la cosa?

- Todos somos iguales a la hora de parir: es decir, éste es un festival para personas físicas, no jurídicas.

- Puede participar todo el que quiera, sea de donde sea y con el número de spots que considere, pero no empresas. Se admitirán piezas de un solo autor, colectivas o presentadas bajo pseudónimo. En ningún caso el festival reconocerá la autoría de una entidad mercantil: gente sí, empresas no.

¿Y qué pasa si trabajas en una agencia o lo hacéis entre varios compañeros de una de ellas? Todo tiene arreglo, firmáis con un pseudónimo para ti o tu grupo y aquí paz y después gloria.

- Los spots pueden formar parte de una serie, pero deben poder entenderse independientemente. Piensa que tu spot puede ser el fenómeno viral del año, y si no se entiende por sí solo, no lo será, claro. En principio, es un festival de spots, no de campañas.

- Para participar tienes que rellenar el formulario que encontrarás en nuestra página web ([www.notodopublifest.com](http://www.notodopublifest.com)), en el que te pedimos que incluyas lo siguiente:

\* **nombre y apellidos**

\* **nacionalidad**

\* **e-mail**

\* **teléfono de contacto**

\* **el nombre del fichero (o ficheros) de tu spot**. Ahora presta mucha **atención**: debes hacernos llegar una versión de tu spot cuya duración máxima no puede superar los 60 segundos. Además, de forma opcional, puedes presentar otra versión corta de tu spot, que se utilizará para enviar a través de móviles (ésta no superará nunca los 20 segundos). Nosotros te animamos a hacerla, ya es una manera estupenda de que tu spot se difunda mucho más. Por supuesto, no hace falta que te digamos que si la versión original es inferior a 20 segundos, sólo tienes que enviarnos una versión. En cualquier caso, insistimos, la versión reducida siempre será opcional.

Podrás presentar estos spots en cualquiera de los formatos admitidos a concurso: **.mov, .mpeg, .avi, .wmv, .asf**. Como es lógico, además de incluir su nombre en el formulario es necesario que nos los envíes por e-mail a la siguiente dirección: [info@notodopublifest.com](mailto:info@notodopublifest.com).

\* **el título del spot**

\* **la marca a la que presentas tu spot**

\* **el tiempo que duran en segundos** (máximo 60 segundos uno y máximo 20 el otro)

\* **el tamaño en Mb** (máximo 1,5 Mb, es decir, 1.572.864 bytes)

\* **dos pantallazos del spot** (más abajo te indicamos el tamaño y formato)

- Hay que rellenar el formulario entero, todos los apartados. Si no, no vale... No te olvides de comprobar que has completado todos y cada uno de ellos antes de enviarlo.

## Cómo tiene que ser el spot

Debe ser bueno, muy bueno, pero además:

- Tu pieza debe ser **original e inédita**, que si no, no tiene gracia.
- El spot puede ser como tú quieras siempre que refuerce la imagen de la marca. Damos por hecho, además, que debe ajustarse al briefing lo máximo posible.
- No olvides que cuanto más accesibles sean los plug-ins aplicados, más fácil será que podamos ver tu spot. Vamos, que si vas de galáctico corres el riesgo de que la gente no pueda ver tu spot.
- Tienes que añadir a tu spot dos pantallas o cortinillas que te facilitamos en la dirección [www.notodo.com/publifest/pantalla/index.htm](http://www.notodo.com/publifest/pantalla/index.htm) y tienes que colocar ambas al principio de tu spot: primero, la cortinilla en la que aparece el logo del **NotodoPubliFest**; y a continuación, la de la marca que has escogido. De nuevo, mucha atención: el peso máximo debe ser **1,5 Mb (o 1.572.864 bytes)** con las pantallas incluidas.
- Tienes que enviarnos los pantallazos (fotograma del spot) en un tamaño de **120x90 píxeles** y peso de **40 kb** como máximo y de **68x45 píxeles** y peso de **10 kb** como máximo. Estos podrán ser en formato **gif, jpg o swf**.

## Plazo de presentación

Puedes mandar tus spots desde el **24 de febrero hasta el 15 de abril de 2004 a las 24 h**. O sea, que ponte en movimiento ya. ¡Estamos esperándolos!

## La selección

**Notodo.com**, que es el organizador del Festival, ha creado un **Comité de Selección** que será el encargado de ver los spots a medida que vayan llegando y que decidirá si admite tu spot a concurso o no.

Después, los spots seleccionados pasarán a la **Sala de Proyección** de cada marca. Si tu spot no es seleccionado, te lo haremos saber.

En función del número total de spots a concurso, la organización podrá decidir el envío al jurado de una selección de los mismos para su votación.

## El ilustre jurado

Lo más interesante de esto es que, si tu spot es seleccionado, lo verá un jurado formado por:

- **Carlos Anuncibay**: Director creativo de Saatchi & Saatchi en España.
- **Carlos Bayala**: Director Creativo Ejecutivo de Wieden & Kennedy Amsterdam.
- **Andreu Buenafuente**: Director de la productora de televisión El Terrat.
- **Javier Mariscal**: Artista inclasificable. Ha tocado todos los palos: desde el diseño gráfico a la pintura.
- **Javier Cansado**: Humorista y una de las dos mitades del dúo Faemino y Cansado.

## Los codiciados Premios

Agárrate, que ahora viene lo bueno... Más de **55.000 €** en premios y **18.000 €** para el ganador absoluto. Mira qué lujo de premios:

- **Gran Premio del Jurado al mejor spot: 9.000 €.**
- **Premio del Jurado al mejor spot de cada marca: 6.000 € cada uno.**
- **Premio del Público al mejor spot: 3.000 €.**
- **Premio del Público "Yo No He Sido. Hacer publicidad no es tan fácil": 1.500 €.**

Los visitantes del **NotodoPubliFest.com** votarán a través de la web, a través de móvil y a través de Digital+, y otorgarán el **Premio del Público** (puedes ir avisando a familiares y amiguetes para que voten por tu spot.), así como el **Premio "Yo No He Sido. Hacer publicidad no es tan fácil."**, al autor del spot con menos vergüenza, criterio y/o sentido del ridículo. El ganador de este premio podrá rechazarlo a favor del siguiente clasificado y así sucesivamente.

Y además, si resultas ganador, puedes llevarte un premio extra de **9.000 €** en el caso de que una marca quiera comprar tu idea premiada. Así que, si los astros están de tu parte y nos demuestras que tienes un talento desbordante, puedes llegar a embolsarte hasta ¡27.000 €! ¿No te tiemblan las piernas?

## El asunto legal

Amigo, tú eres el responsable de tu spot y de lo que incluyas en él, así que, si luego te llama por teléfono el compositor de turno reclamándote una pasta gansa en calidad de derechos de autor, te las vas a tener que ver tú solito con él... **Notodo, Sogecable** y las marcas participantes y objeto de los spots presentados declinamos toda responsabilidad legal sobre tu spot y su contenido.

El participante se compromete a no presentar materiales audiovisuales (música, imagen, personajes, etc.) sobre los que no tenga derechos de uso debidamente acreditados, y su participación en el festival supone la certificación por parte del autor de que así es.

Por participar en el Festival nos cedés los derechos de tu spot desde el momento en que lo presentas hasta un año después de la gala de entrega de premios. Lo hacemos para poder reproducirlo, distribuirlo y pasárselo a los miles de medios de comunicación que, seguro, nos lo reclamarán. O sea, que lo hacemos para poder darle la mayor difusión posible al spot y al festival. Después de esa fecha, nos gustaría poder seguir exhibiendo tu spot en el **NotodoPubliFest**. Si no quieres que sea así, nos lo dices, lo quitamos de la web y tan contentos todos. Eso sí: si ganas algún premio, nos cedés los derechos con plazo indefinido, para poder presumir en sucesivas ediciones de los spots ganadores y dejar patente la calidad de nuestro Festival.

En palabras más serias que las nuestras, pero que dicen lo mismo, la cosa es como sigue: "El/los autor/es, por el hecho de participar en el festival, cede/n los derechos de comunicación pública, reproducción, comercialización, distribución y transformación a **NotodoPubliFest.com** y **Notodo.com** para la explotación en exclusiva de su obra mediante cualquier modalidad de difusión o distribución a nivel internacional y con la facultad de cederlos a terceros, **hasta el 24 de febrero 2005**, y éstos serán prorrogados tácitamente hasta que el autor comunique de forma fehaciente al festival su intención de suspender la validez de esta cláusula de cesión de derechos. El participante accede a la cesión de derechos a favor de **Sogecable** y de los patrocinadores de la edición hasta la misma fecha. Los participantes que obtengan algún premio ceden indefinidamente los derechos mencionados sobre su obra a **NotodoPubliFest.com** y **Notodo.com**. Asusta, ¿verdad? Pues no te asustes. Ya sabes que lo pedimos únicamente con fines promocionales del festival, y conoces por **NotodoFilmFest** lo exquisitos que somos con las piezas participantes.

Las marcas no son propietarias de los spots presentados ni de las ideas que los soportan, si bien pueden ejercer un derecho de compra de los spots premiados por 9.000 €.

## Otras cositas

Debes tener preparada una copia en alta resolución de tu spot, porque, si nos la piden para ser exhibida en programas de TV (Maratón de Publicidad en Canal + o para otros medios), o es nominada, deberás mandárnosla para su posible proyección en la tele o en la Gala de Entrega de Premios y en otros eventos relacionados con el festival. Apunta la dirección a la que, en su momento, deberás enviarla:

**Notodo.com**  
(NotodoPubliFest.com)  
C/ Alameda, 9  
28014 Madrid  
España

## Por último...

Ya sabes que, como en todos los concursos, el hecho de participar implica que aceptas las bases. Y, en este caso, también implica que has sido bueno y nos has dicho la verdad sobre tu spot: que es tuyo, que no lo has presentado a otros concursos de publicidad, que no se lo has vendido antes a una agencia.

El **Comité Organizador**, que es un comité muy listo que tenemos aquí, decidirá sobre los casos imprevistos que se nos presenten y que no hayamos previsto en estas bases. Si necesitas más información, o quieres consultar alguna duda que te surja, escribenos a [info@notodopublifest.com](mailto:info@notodopublifest.com), que estaremos encantados de poder ayudarte.