



Llega la 2º edición de los Obrar Federal, el Premio que reconoce las mejores comunicaciones de bien público con impacto positivo

Abrieron las inscripciones para participar de los Premios organizados por el Consejo Publicitario Argentino que reconocen a las campañas de bien público más creativas, solidarias y con impacto positivo en diferentes puntos del país, generadas por empresas, pymes, organizaciones e instituciones públicas de todas las provincias del país, excepto AMBA.

Desde el 2021, y mediante los Premios Obrar Federal, el Consejo Publicitario Argentino comenzó a distinguir a las mejores comunicaciones de bien público con impacto positivo generadas por empresas, pymes, organizaciones e instituciones públicas, que aborden temáticas de interés regional, provincial o local, excepto comunicaciones dirigidas al Área Metropolitana de Buenos Aires.

Hasta el 5 de agosto, podrán inscribirse sin costo aquellos casos que hayan sido implementados desde el 1/1/2021 hasta el último día disponible de inscripción, y que no hayan participado en la edición anterior.

“Desde hace más de 10 años, el Consejo Publicitario Argentino entrega los Premios Obrar a nivel nacional, un reconocimiento a las mejores campañas de comunicación de bien público. El año pasado lanzamos los Premios Obrar Federal para dar mayor representatividad a las problemáticas propias de cada región y mostrar todo el trabajo solidario que se viene llevando adelante en los distintos territorios de todo el país” comenta **Mary Teahan, Directora de la comisión Premios Obrar del Consejo Publicitario Argentino**. La convocatoria invita a todos aquellos casos del territorio de nuestro país que engloban las siguientes categorías:

- Grandes Empresas
- Pymes
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Instituciones y Organismos
- Comunicación interna, voluntariado, programas de sustentabilidad y activaciones
- Y como novedad de este año: Contenidos con impacto positivo. (Género ficción, documental, educativo y/o periodístico)

Para participar hay que ingresar en <https://federal.premiosobrar.org/> y presentar un video de máximo 2 minutos o una pieza gráfica estilo board donde se cuenten las características generales de la campaña de bien público, cómo fue implementada y qué impacto tuvo. Cualquier de las dos opciones tiene que contener:

- Diagnóstico de la problemática en cuestión (contexto y causas) y objetivos de comunicación;
- Estrategia creativa (las acciones implementadas para modificar esa problemática y el modo de hacerlo para alcanzar los objetivos propuestos);
- Resultados, efectividad y/o impacto alcanzado (llegada en redes sociales de la campaña, transformaciones inmediatas de la problemática en la localidad, estadísticas afines y sus variaciones, cambios en los hábitos de la población, reacciones y repercusiones en los medios de comunicación, etc.).

Algunos de los casos ganadores de la primera edición fueron:

- "Diversidad" - Telefe Córdoba y Cadena 3 Argentina (Córdoba)
- "Nos cuidamos entre todos" - Ministerio de Salud de Chubut (Chubut)
- "Diario Ignífugo" - Noticias de la Comarca, Fundación Bomberos y SeSocio (Patagonia Argentina)
- "Ponele el pecho al frío" - Universidad Nacional de Córdoba (Córdoba)
- "De la huerta a la mesa" - Asociación Civil Militantes del Pueblo (Tucumán)
- "Sumá Nativas" - Cervecería y Maltería Quilmes (Mendoza)

Para más información ingresar a: <https://federal.premiosobrar.org>