

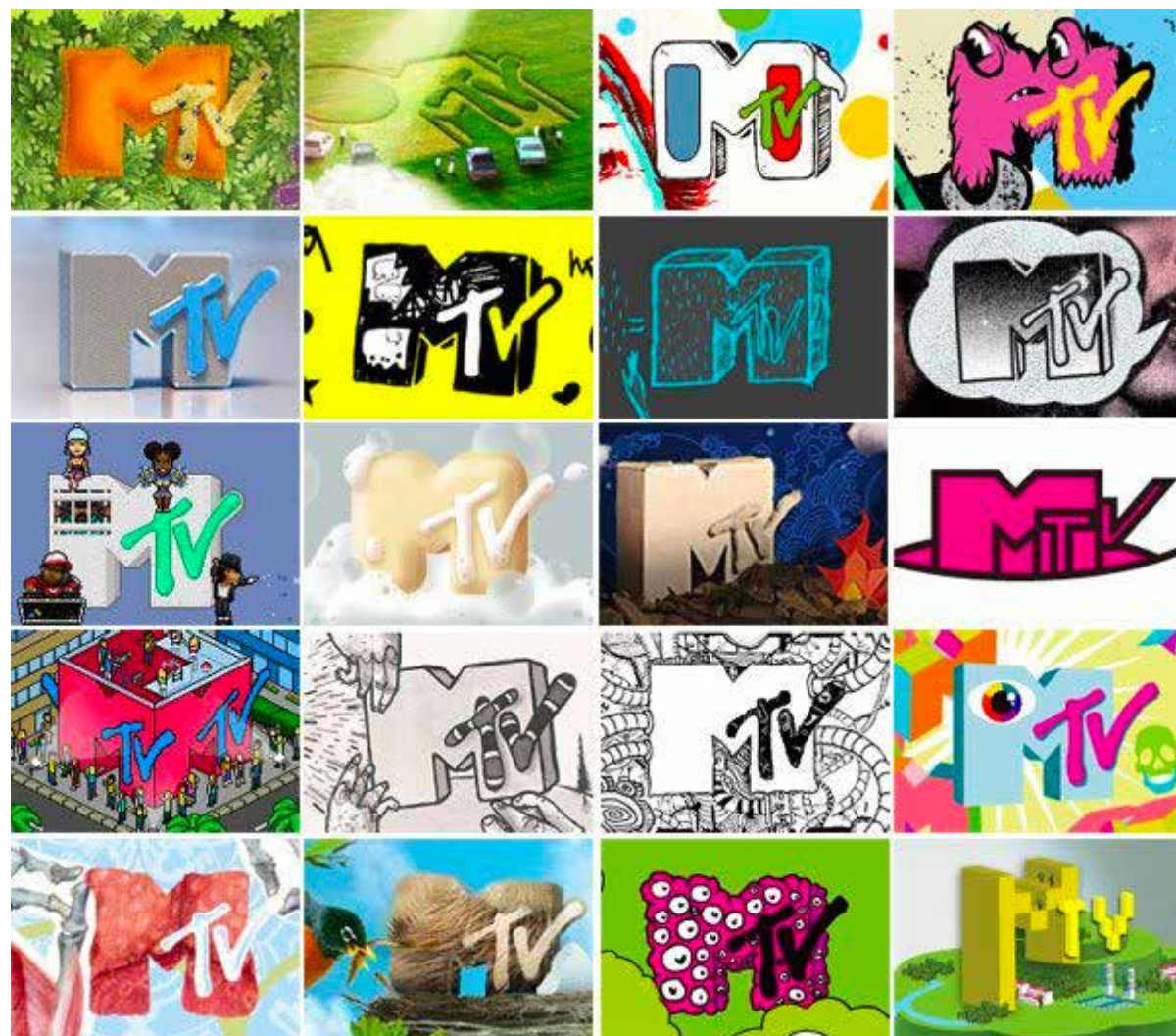






Somos MTV Sur.

El MTV de     



Ver video presentación:

 <https://bit.ly/MTVvideoRally>

¿QUIÉNES SOMOS?

MTV nació en 1981 como **el primer canal de música y cultura pop** a nivel global. Siempre hemos sido una marca icónica reconocida por ser “EL” canal de música. Fuimos pioneros en mostrar al mundo artistas de gran calibre, canciones legendarias e hitos de la cultura pop, y te brindamos la posibilidad de ver tus videos musicales en un solo lugar.

Con el avance de las generaciones, fuimos los **creadores del concepto Reality Show**: “The Real World” fue el primer reality de la historia y cada año seguimos desarrollando este tipo de programas a nivel mundial con diferentes franquicias como Geordie Shore, Jersey Shore, Acapulco Shore.

Además hemos creado **numerosos programas icónicos** como Pimp My Ride, Celebrity DeathMatch, El mundo de Daria, Beavis and Butthead, entre otros.

Hoy **seguimos siendo el principal canal de música a nivel global**, con presencia en todo el mundo y con una marca reconocida por casi **5 generaciones**, seguimos **rompiendo los estereotipos de la cultura pop**. Cada vez más **desafiantes, sin etiquetas, inclusivos** y siempre siendo referentes.

A photograph of two young women with blonde hair kissing passionately. The woman on the left is wearing a light-colored, possibly white, dress with a beaded necklace. The woman on the right is wearing a black sleeveless top and a necklace with large circular pendants. The background is dark with out-of-focus lights, suggesting a party or club setting.

IMPACTO:
Somos MTV.
Una gran marca de cultura pop. 🤘



Atributos de marca

Atributos



**No hay otro canal de música
a nivel global como MTV.**

Puedes ir a cualquier lugar del mundo
y no importa el idioma, nuestro logo
es reconocido tanto en Japón como
en Islandia o Uruguay.

Atributos



Atemporal.



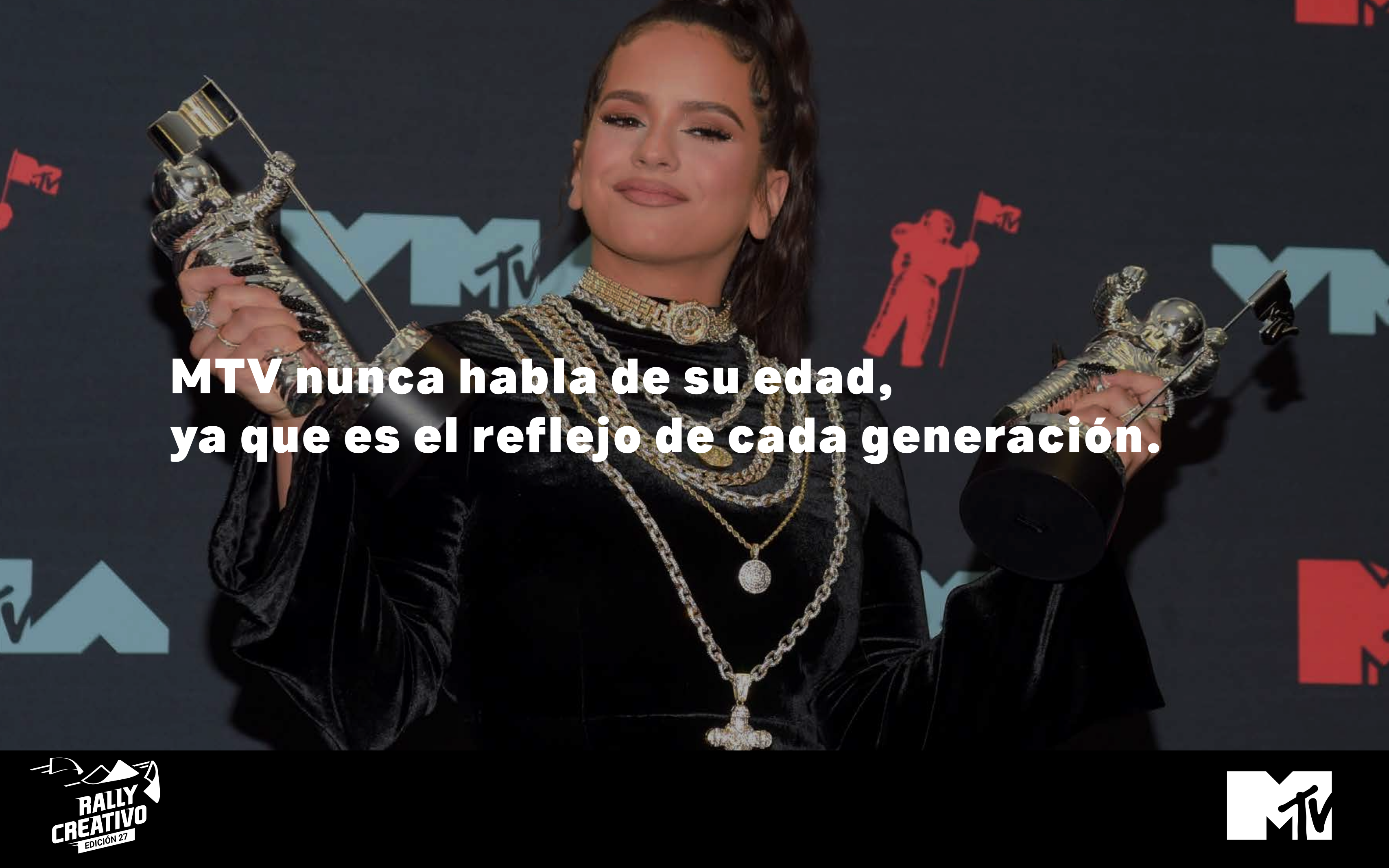
Siempre a la vanguardia de lo que busca nuestra audiencia.



Somos los primeros y con más experiencia en la categoría.



Siempre frescos y jóvenes.

A photograph of Rihanna at the MTV Video Music Awards. She is wearing a black velvet dress and multiple gold and diamond necklaces. She is holding two MTV trophies, one in each hand. The background features the MTV logo and a red astronaut figure.

**MTV nunca habla de su edad,
ya que es el reflejo de cada generación.**



Desafío

Desafío



Seguir siendo relevantes.

Que el público sepa que seguimos siendo el **canal de música** que refleja **la cultura pop de cada generación**.

Desafío



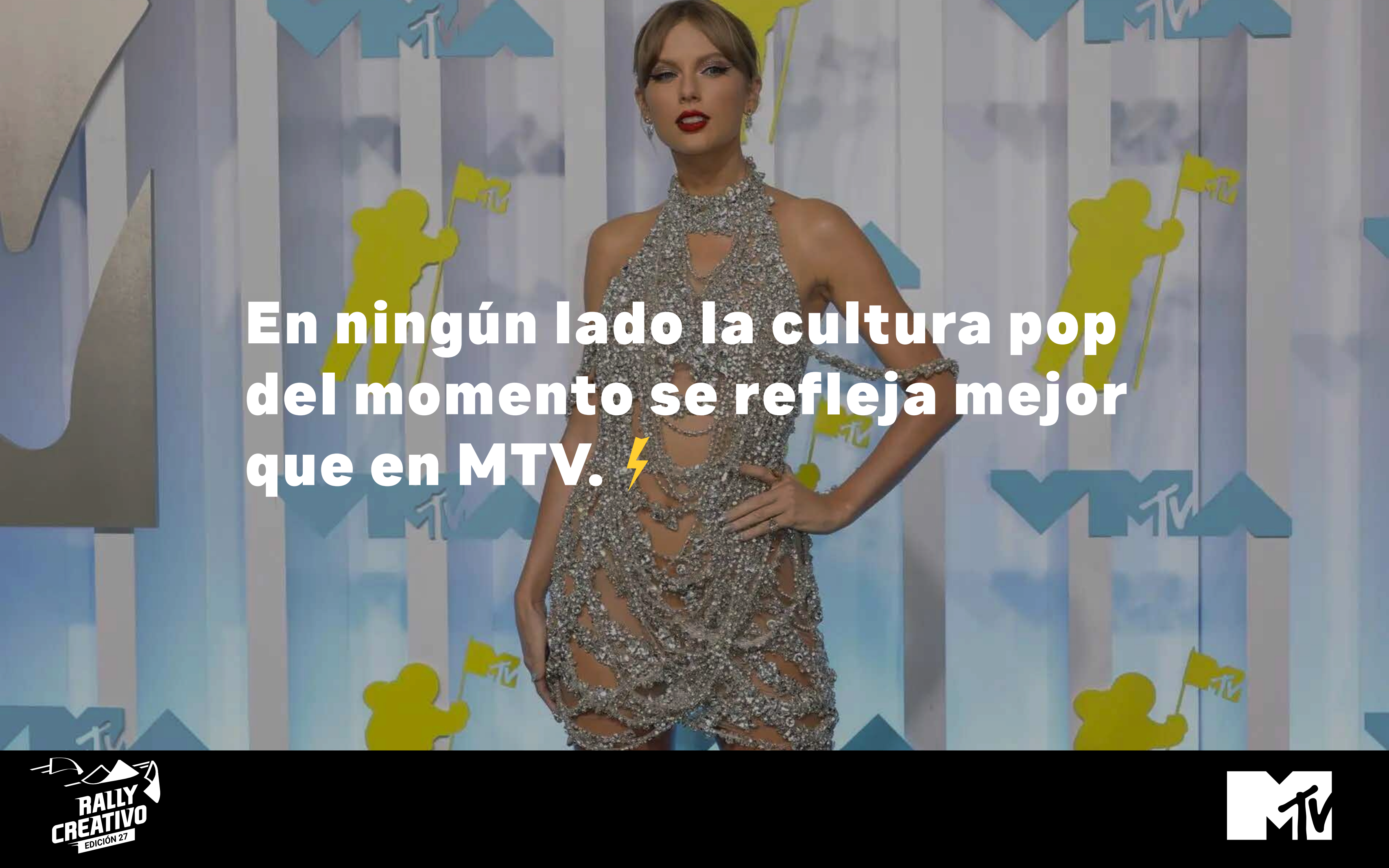
¿A qué llamamos Cultura Pop?

Cultura Pop es todo hecho cultural nacido en el ámbito de los medios; premiaciones, canciones, películas, series, videos, momentos, memes, noticias, realities y mucho más, que marcan la historia de generaciones completas.

Cultura Pop es todo lo que popularmente queda abrazado a nuestras raíces y, también, todo lo que se mantiene en tendencia.

Cultura Pop es lo más icónico que la producción cultural tiene para ofrecer; es el beso de Britney y Madonna, son las canciones de Floricienta, las películas de Volver al Futuro, Matrix o Toy Story

Cultura Pop es aquello que nos define. A ese sentimiento apelamos para llegar y trascender en nuestro público.

Taylor Swift is the central figure, standing in front of the MTV VMAs backdrop. She is wearing a shimmering, silver, sequined dress with a high neckline and multiple cutouts. Her hair is styled in a short, wavy bob, and she has red lipstick on. The background is a blue and white striped wall with yellow silhouettes of people holding flags and the MTV logo. The text is overlaid on the left side of the image.

**En ningún lado la cultura pop
del momento se refleja mejor
que en MTV. ⚡**



Programación

Programación



MTV Sur

En MTV **nuestro foco es la música** y por eso tenemos distintos programas que refuerzan este concepto:

Cuchareando: canciones para amar, besar o levantar... quédate en la cama, cuchareando en MTV.

Tus 20: todos los días un ranking con las mejores 20 canciones de diferentes géneros.

Los 40 Imprescindibles: todas las semanas un nuevo top 40 temático para acompañar distintos momentos.

MTV ATR: MTV A Todo Ritmo! Solo canciones que conocemos todos.

Latino Fuerte: un bloque de canciones 100% en español. La música que está moviendo al mundo... en Latino Fuerte.

Programación



¿Dónde estamos?

MTV siempre ha sido y será **un canal de paytv (cable)**. Pero, hoy en día, podemos encontrar diferentes **contenidos en plataformas de streaming**.

En Pluto TV hay al menos **5 canales diferentes de MTV**, tales como: MTV Classics, MTV Animations, MTV Shore.

En Paramount+ podemos encontrar todos los realities y MTV Unpluggeds, además de películas MTV como Beavis and Butthead y programas como Catfish y RuPauls Drag Race.



Reto:

Ante el crecimiento del streaming,
¿cómo seguir siendo relevantes
para nuestro público
más allá del mundo digital?



Tono y personalidad

Tono y personalidad

La misma de hace 40 años.

Somos una marca icónica, fresca, siempre joven, siempre actual.

Siempre igual = Siempre joven





Público

Público



MTV
siempre se ha enfocado
en los jóvenes de 18 a 34
de cada generación.

Jóvenes entre 18 y 34 años.

De todo el cono sur.

Buscan libertad, posibilidad de elecciones, tomar decisiones, sin etiquetas.

Consumen lo nuevo y están atentos a todo cambio de paradigma.

Piensan en el otro, en el medio ambiente, en lo sustentable y lo renovable.

No tienen barreras mentales, consumen todo tipo de tecnología y redes.

Tienen voz y opinión propia, ya no es lo que les enseñaron sus padres, sino, lo que aprenden de sus lazos y relaciones.

Son nómades digitales, pueden vivir acá o allá. No tienen miedo a los cambios y están dispuestos/as a todo por lo que realmente creen. Defienden sus ideales al máximo.

Consumen todas las redes sociales y plataformas de streaming, están al tanto de estrenos y al día con las novedades y también con todo lo que viene.

Público

Se puede dividir en 2 segmentos:

18-24 (segmento principal)

Como generación musical y consumidora de contenidos actuales.

25-34

Una generación a la que apelamos a través de la nostalgia musical y los realities de consumo más masivo.



Competencia y mercado

Competencia y mercado



Competencia directa:

Quiero, Much Music

Competencia secundaria:

Pogopedia, Tu Música Hoy,
FM Like, Los 40

Competencia indirecta:

Filo.news

*En Argentina cubren los mismos eventos y audiencias,
tienen el mismo nivel de alcance de público,
pero con un enfoque más editorial lo que hace a su
público más amplio que el nuestro.*

Competencia y mercado



En TV no tenemos competencia,
el nivel de rating de ningún otro canal
de música llega al nivel de MTV.

**Somos la marca líder del
segmento a nivel global.**



Relevancia

Relevancia



¿Qué significa ser relevantes?

Ser relevantes es poder mantener la interacción con nuestra audiencia, ser cercanos y que el público reconozca esta cercanía.

Que sepan que son escuchados por nosotros y que nuestro contenido es hecho por y para ell@s.

¿Cuál es la relevancia que tiene MTV para el público?

Estar cerca, traer las últimas noticias y videos musicales de la generación 18-34.

Asistir a eventos relacionados con la cultura pop y acercarlos al público a través de redes sociales.

Ser una ventana de libre opinión, sin etiquetas ni barreras.
Siempre estamos acompañando a nuestro público en diferentes marchas, eventos, momentos históricos.



¿Qué queremos que piense el público cuando escucha el nombre “MTV”?

Queremos que piense en **la gran marca que MTV es**: en la nostalgia, en rock y pop, pero también lo que es ser joven hoy. En ese primer video que viste hace años o hace poco. En que siempre estuvimos y siempre estaremos, acompañándote con más de 18 horas de música al día los 365 días del año.

**Un hito de la
Cultura Pop
sí o sí lo viviste
en MTV. 📺**



Repasemos

Repasemos

FOCO

La escena musical en latinoamérica y su impacto en nuestra audiencia.

VALOR

Ser una marca icónica y relevante en la sociedad desde hace muchos años, siempre igual pero siempre joven, sin estereotipos ni fronteras sociales.

PÚBLICO

Jóvenes de 18 a 34 años.
Segmento principal: 18 a 24 años.

OBJETIVO

Branding.
Seguir siendo relevantes

META

Aumentar nuestro nivel de audiencia en digital/lineal, siempre siendo relevantes.

DESAFÍO

Que el público sepa que seguimos siendo el canal de música que refleja la cultura pop de cada generación.



Pedido

Pedido

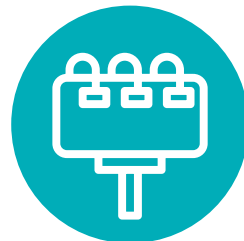
MEDIOS:



RRSS



REVISTA



VÍA PÚBLICA



BTL/GUERRILLA

PIEZAS:

- **Acción para REDES SOCIALES.** Que promueva la interacción, la participación y la conversación entre el público y la marca (Gráfica / Animación / Audiovisual).

- **Pieza GRÁFICA DE REVISTA.**
MÍNIMO 1 PIEZA - MÁXIMO 2 PIEZAS.

- **Pieza GRÁFICA DE VÍA PÚBLICA.**
MÍNIMO 1 PIEZA - MÁXIMO 3 PIEZAS.

RETO EXTRA (OPCIONAL):

- ACCIÓN BTL/GUERRILLA. Que permita a la marca ser relevante más allá del mundo digital.

IMPORTANTE:

- TODAS LAS PIEZAS/ACCIONES componen una misma campaña, es decir comparten concepto o eje de comunicación.

- Las acciones de INSTAGRAM, el BTL/Guerrilla o cualquier innovación en Vía Pública deben entenderse de forma simple, sin aclaraciones o explicaciones extensas.

- El RETO EXTRA no es obligatorio, pero resolverlo es un plus que puede hacer la diferencia en la decisión del jurado.

ENTREGA DE TRABAJOS:



*Jueves 20 de octubre - Hasta las **11:00 hs.**
carga de archivo: **<https://bit.ly/RallyEntrega>***

*Luego de esa hora
los trabajos ya no
se descargarán.*



Contacto para dudas y consultas:

Link a classroom: <https://bit.ly/RallyConsultas>

Código de acceso: [fccca5zw](#)



Manual de marca y logos editables

Descargar aquí: <https://bit.ly/MTVrecursosRally>



FORMATO DE ENTREGA Y ARCHIVOS



El archivo debe ir **adjunto** en el form, **NO** como link de descarga. Por esta razón, los archivos no deben ser excesivamente pesados.



Un solo archivo, formato PDF, sin comprimir en zip o rar, y deben estar organizados para una fácil visualización del jurado.



INCLUIR **SÓLO** SEUDÓNIMO, **NO** LOS NOMBRES REALES.



LINK PARA ENTREGA Y CARGA DE ARCHIVO

<https://bit.ly/RallyEntrega>

OTRAS ACLARACIONES SOBRE LA ENTREGA

- * Se debe cargar un único archivo PDF calidad para visualización en pantalla (imágenes en 72 DPI).
- * NO comprimir en ZIP o RAR.
- * MUY IMPORTANTE: El archivo debe llamarse igual que el seudónimo de la dupla/tripla. EJ: tuseudónimo.pdf
- * En caso de haberse inscripto con más de un seudónimo (uno por persona) utilizar el que se haya cargado primero en el formulario de inscripción.
- * Videos deben estar cargados previamente a plataforma online (youtube/vimeo) y en el PDF sólo incluir los links o QR.
- * Asegurarse de que los videos cargados sean públicos y/o tengan permiso para la visualización de todo aquel que tenga el link. Los links o archivos que no tengan permisos de visualización no serán evaluados por el jurado.
- * En NINGÚN lugar de la entrega (formulario o archivo PDF) deben figurar los nombres reales de los/las participantes. En caso de ganar, estos se tomarán del formulario de inscripción al RALLY.
- * Dudas y consultas sobre la entrega: <https://bit.ly/RallyConsultas>



¡LARGAMOS!

UNIVERSIDAD
SIGLO 21

Latin
Spots
.com



XXV FESTIVAL INTERNACIONAL

EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2022
Ve más allá



III BIENAL
**Córdoba Ciudad
Diseño—2022**
"Después del presente"