



LISTADO DE PREMIOS Y CATEGORÍAS EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2010

EL OJO CLASSIC

El Ojo Classic -CINE / TV (TV)

Se distinguirá al Mejor Comercial de Cine/TV de Iberoamérica por cada Categoría de Productos, Servicios, Formatos o Campañas.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 1º de octubre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de productos /servicios y además en 1 (una) sola categoría correspondiente a campañas. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla por separado. Una pieza no podrá ser inscripta como individual en dos categorías diferentes.

Las piezas inscriptas en la categoría TV 17 Otros soportes audiovisuales sólo podrán participar en esta categoría, y únicamente como pieza individual.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo de Cine/ TV de Iberoamérica.

Categorías para piezas individuales:

TV1 - Alimentos, lácteos, golosinas y snacks

Congelados, conservas, alimentos para niños, embutidos, leches, leches chocolatadas, cremas, yogurt y yogurt bebible, carnes, pescados, pastas, arroces, pizzas, mantecas, aceites, vinagres, especias, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, quesos, huevos, alimentos precocidos, sopas, margarinas, aderezos. Caramelos, chupetines, chicles, chocolates, helados, tortas, postres, panes, snacks, galletitas, barras de cereal, manteca de maní, ingredientes para hornear, dulces, mermeladas, azúcar, miel, papas fritas, frutas secas.

TV2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos

Cervezas, cerveza sin alcohol, vinos, champagne, sidras, vodka, licores, whisky, cocktails, aperitivos, bodegas, cigarrillos, habanos, tabaco, pipas, encendedores.

TV3 - Bebidas no alcohólicas

Cafés, té, gaseosas, jugos, aguas minerales, aguas saborizadas, aperitivos a base de hierbas, bebidas a base de soja, bebidas energizantes.

TV4 - Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina

Productos de limpieza, detergentes, productos para lavar ropa, desodorantes de ambiente, ceras para pisos, pomada para zapatos, insecticidas, alimentos y productos para las mascotas, embalajes de plástico y aluminio. Artículos para el hogar y la oficina, vajilla, colchones,

alfombras, revestimientos, pinturas, artículos de ferretería, herramientas, artículos de decoración, muebles, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería.

TV5 - Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería

Pasta de dientes, enjuagues bucales, cepillos de dientes y cabello, toallas femeninas, tampones, productos de maquillaje, gel y spray para cabello, cremas para manos y cuerpo, bronceadores, protectores solares, pañuelos de papel, algodón, jabones, máquinas de afeitar, cremas de afeitar, desodorantes para el cuerpo, shampoo, tinturas y productos para el cuidado del cabello, perfumes, lociones, papel higiénico.

TV6 - Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video y computación

Heladeras, freezers, aspiradoras, lavarropas, secarropas, lavaplatos, microondas, cocinas, calefones, licuadoras, multiprocesadoras, jugueras, cafeteras. Equipos de audio y video, televisores, home theatres, DVD player, filmadoras, walkman, discman, CD players, reproductores mp3 y mp4, cámaras fotográficas, web cams, computadoras, laptops, palms, consolas de videojuegos, fotocopiadoras, impresoras, scanners, faxes. Empresas, productos y servicios de telefonía y comunicación. Aparatos fijos y móviles, beepers, tarjetas telefónicas prepagas, promociones para llamadas locales e internacionales. Proveedores pagos y gratuitos de Internet.

TV7 - Artículos medicinales y farmacéuticos

Medicamentos, suplementos dietarios, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos, test de embarazo, repelentes, anteojos, lentes de contacto, apósitos protectores, pañales para niños y adultos.

TV8 – Vestimenta, calzado, moda y accesorios personales

Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, joyas, relojes, calzado, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

TV9 - Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos

Autos, pick-ups, vans, 4X4, camiones, motos, ciclomotores, cuatriciclos, remolques, neumáticos, combustibles, concesionarias, accesorios y repuestos para vehículos.

TV10 - Instituciones y servicios financieros

Bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversión, tarjetas de descuento, compañías constructoras de edificios, rutas y autopistas, fondos de pensión.

TV11- Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro

Servicios de TV por cable y satelital, compañías y servicios de agua, gas y electricidad. Empresas de salud, servicios postales y de courier, guías telefónicas, servicios de peaje, compañías petroleras, estaciones de servicio, colegios, universidades, academias, cursos y postgrados.

TV12 - Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.

TV13 - Comercios al público, tiendas y supermercados

Grandes tiendas, casas de artículos para el hogar, supermercados, minimercados, kioscos, drugstores, peluquerías, lavanderías, ópticas, farmacias, inmobiliarias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías, video clubes.

TV14 - Medios de comunicación

Diarios, revistas, libros, discos, CD's, cassettes, DVD's, programas de radio y TV, canales de TV y estaciones de radio, agencias de comunicación, multimedios, consultoras de imagen, enciclopedias, portales y buscadores de Internet.

TV15 - Recreación, transporte, viajes y turismo

Bares, restaurantes y fast foods. Shoppings, spa, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones. Video games, juegos de mesa, juegos de azar, loterías y juguetes. Compañías aéreas, de trenes y autobuses; líneas de ferry y cruceros, agencias de turismo, hoteles, resorts, promoción de ciudades y países, alquiler de vehículos.

TV16 - Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos

Fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones ambientales, voluntarios, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación. Campañas políticas, mensajes y obras religiosas, organizaciones gubernamentales, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, campañas de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno.

TV17 – Otros soportes audiovisuales

Comerciales creados originalmente para ser difundidos a través de soportes audiovisuales emergentes – que no sean pantallas de cine o televisión-. Los avisos participantes en esta categoría deben haber sido emitidos por primera vez en Internet, teléfonos celulares (móviles), soluciones digitales exteriores o pantallas interactivas.

Categorías para campañas:

TV18 - Campañas de Productos

Subcategorías: 1 a 13 y 15 a 18

TV19 - Campañas de Servicios

Subcategorías: 1 a 13 y 15 a 18

TV20 - Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público

El Ojo Classic - GRAFICA (GR)

Se al distinguirá Mejor Anuncio de Gráfica de Iberoamérica por cada Categoría de Productos, Servicios, Formatos o Campañas.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 1º de octubre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de productos /servicios y además en 1 (una) sola categoría correspondiente a campañas. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla por separado. Una pieza no podrá ser inscripta como individual en dos categorías diferentes.

Las piezas inscriptas en la categoría GR20 Formatos no convencionales sólo podrán participar en esta categoría, y únicamente como pieza individual.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo de Gráfica de Iberoamérica.

Categorías para piezas individuales:

GR1 - Alimentos, lácteos, golosinas y snacks

Congelados, conservas, alimentos para niños, embutidos, leches, leches chocolatadas, cremas, yogurt y yogurt bebible, carnes, pescados, pastas, arroces, pizzas, mantecas, aceites, vinagres, especias, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, quesos, huevos, alimentos precocidos, sopas, margarinas, aderezos. Caramelos, chupetines, chicles, chocolates, helados, tortas, postres, panes, snacks, galletitas, barras de cereal, manteca de maní, ingredientes para hornear, dulces, mermeladas, azúcar, miel, papas fritas, frutas secas.

GR2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos

Cervezas, cerveza sin alcohol, vinos, champagne, sidras, vodka, licores, whisky, cocktails, aperitivos, bodegas, cigarrillos, habanos, tabaco, pipas, encendedores.

GR3 - Bebidas no alcohólicas

Cafés, tes, gaseosas, jugos, aguas minerales, aguas saborizadas, aperitivos a base de hierbas, bebidas a base de soja, bebidas energizantes.

GR4 - Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina

Productos de limpieza, detergentes, productos para lavar ropa, desodorantes de ambiente, ceras para pisos, pomada para zapatos, insecticidas, alimentos y productos para las mascotas, embalajes de plástico y aluminio. Artículos para el hogar y la oficina, vajilla, colchones, alfombras, revestimientos, pinturas, artículos de ferretería, herramientas, artículos de decoración, muebles, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería.

GR5 - Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería

Pasta de dientes, enjuagues bucales, cepillos de dientes y cabello, toallas femeninas, tampones, productos de maquillaje, gel y spray para cabello, cremas para manos y cuerpo, bronceadores, protectores solares, pañuelos de papel, algodón, jabones, máquinas de afeitar, cremas de afeitar, desodorantes para el cuerpo, shampoo, tinturas y productos para el cuidado del cabello, perfumes, lociones, papel higiénico.

GR6 - Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video y computación

Heladeras, freezers, aspiradoras, lavarropas, secarropas, lavaplatos, microondas, cocinas, calefones, licuadoras, multiprocesadoras, jugueras, cafeteras. Equipos de audio y video, televisores, home theatres, DVD player, filmadoras, walkman, discman, CD players, reproductores mp3 y mp4, cámaras fotográficas, web cams, computadoras, laptops, palms, consolas de videojuegos, fotocopiadoras, impresoras, scanners, faxes. Empresas, productos y servicios de telefonía y comunicación. Aparatos fijos y móviles, beepers, tarjetas telefónicas prepagas, promociones para llamadas locales e internacionales. Proveedores pagos y gratuitos de Internet.

GR7 - Artículos medicinales y farmacéuticos

Medicamentos, suplementos dietarios, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos, test de embarazo, repelentes, anteojos, lentes de contacto, apósitos protectores, pañales para niños y adultos.

GR8 – Vestimenta, calzado, moda y accesorios personales

Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, joyas, relojes, calzado, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

GR9 - Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos

Autos, pick-ups, vans, 4X4, camiones, motos, ciclomotores, cuatriciclos, remolques, neumáticos, combustibles, concesionarias, accesorios y repuestos para vehículos.

GR10 - Instituciones y servicios financieros

Bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversión, tarjetas de descuento, compañías constructoras de edificios, rutas y autopistas, fondos de pensión.

GR11- Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro

Servicios de TV por cable y satelital, compañías y servicios de agua, gas y electricidad. Empresas de salud, servicios postales y de courier, guías telefónicas, servicios de peaje, compañías petroleras, estaciones de servicio, colegios, universidades, academias, cursos y postgrados.

GR12 - Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.**GR13 - Comercios al público, tiendas y supermercados**

Grandes tiendas, casas de artículos para el hogar, supermercados, minimercados, kioscos, drugstores, peluquerías, lavanderías, ópticas, farmacias, inmobiliarias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías, video clubes.

GR14 - Medios de comunicación

Diarios, revistas, libros, discos, CD's, cassettes, DVD's, programas de radio y TV, canales de TV y estaciones de radio, agencias de comunicación, multimedios, consultoras de imagen, enciclopedias, portales y buscadores de Internet.

GR15 - Recreación, transporte, viajes y turismo

Bares, restaurantes y fast foods. Shoppings, spa, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones. Video games, juegos de mesa, juegos de azar, loterías y juguetes. Compañías áreas, de trenes y autobuses; líneas de ferry y cruceros, agencias de turismo, hoteles, resorts, promoción de ciudades y países, alquiler de vehículos.

GR16 - Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos

Fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones ambientales, voluntarios, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación. Campañas políticas, mensajes y obras religiosas, organizaciones gubernamentales, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, campañas de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno.

GR17 – Otros formatos

Avisos de gráfica creados en formatos no convencionales para publicar en diarios y revistas en medidas no estándar, dimensionales, corpóreas, desplegadas o troqueladas

Categorías Campañas:**GR18 - Campañas de Productos****GR19 - Campañas de Servicios**

GR2o - Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público

El Ojo Classic - RADIO (RA)

Se distinguirá al Mejor Spot de Radio de Iberoamérica por cada Categoría de Productos, Servicios o Campañas.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 1º de octubre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de productos /servicios y además en 1 (una) sola categoría correspondiente a campañas. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla por separado. Una pieza no podrá ser inscripta como individual en dos categorías diferentes.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo de Radio de Iberoamérica.

Categorías:

RA1 - Alimentos, Golosinas y Bebidas no alcohólicas

Subcategorías: 1, 2 y 4

1- Congelados, conservas, alimentos para niños, embutidos, leches, leches chocolatadas, cremas, yogurt y yogurt bebible, carnes, pescados, pastas, arroces, pizzas, mantecas, aceites, vinagres, especias, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, quesos, huevos, alimentos precocidos, sopas, margarinas, aderezos.

2- Caramelos, chupetines, chicles, chocolates, helados, tortas, postres, panes, snacks, galletitas, barras de cereal, manteca de maní, ingredientes para hornear, dulces, mermeladas, azúcar, miel, papas fritas, frutas secas.

4- Cafés, té, gaseosas, jugos, aguas minerales, aguas saborizadas, aperitivos a base de hierbas, bebidas a base de soja, bebidas energizantes.

RA2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos

Cervezas, cerveza sin alcohol, vinos, champagne, sidras, vodka, licores, whisky, cocktails, aperitivos, bodegas, cigarrillos, habanos, tabaco, pipas, encendedores.

RA3 - Moda, Belleza y Salud

Subcategorías: 6, 8 y 9

6- Pasta de dientes, enjuagues bucales, cepillos de dientes y cabello, toallas femeninas, tampones, productos de maquillaje, gel y spray para cabello, cremas para manos y cuerpo, bronceadores, protectores solares, pañuelos de papel, algodón, jabones, máquinas de afeitar, cremas de afeitar, desodorantes para el cuerpo, shampoo, tinturas y productos para el cuidado del cabello, perfumes, lociones, papel higiénico.

8- Medicamentos, suplementos dietarios, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos, test de embarazo, repelentes, anteojos, lentes de contacto, apósitos protectores, pañales para niños y adultos.

9- Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, joyas, relojes, calzado, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

RA4 - Hogar, Oficina: Limpieza, decoración, electrodomésticos

Subcategorías: 5 y 7

5- Productos de limpieza, detergentes, productos para lavar ropa, desodorantes de ambiente, ceras para pisos, pomada para zapatos, insecticidas, alimentos y productos para las mascotas, embalajes de plástico y aluminio. Artículos para el hogar y la oficina, vajilla, colchones, alfombras, revestimientos, pinturas, artículos de ferretería, herramientas, artículos de decoración, muebles, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería.

7- Heladeras, freezers, aspiradoras, lavarropas, secarropas, lavaplatos, microondas, cocinas, calefones, licuadoras, multiprocesadoras, jugueras, cafeteras. Equipos de audio y video, televisores, home theatres, DVD player, filmadoras, walkman, discman, CD players, reproductores mp3 y mp4, cámaras fotográficas, web cams, computadoras, laptops, palms, consolas de videojuegos, fotocopiadoras, impresoras, scanners, faxes.

RA5 - Automóviles camiones y motos. Accesorios y repuestos

Autos, pick-ups, vans, 4X4, camiones, motos, ciclomotores, cuatriciclos, remolques, neumáticos, combustibles, concesionarias, accesorios y repuestos para vehículos.

RA6 - Telecomunicaciones, tecnología, compañías con fines de lucro y financieras

Subcategorías: 11 a 13

11- Bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversión, tarjetas de descuento, compañías constructoras de edificios, rutas y autopistas, fondos de pensión.

12- Servicios de TV por cable y satelital, compañías y servicios de agua, gas y electricidad. Empresas de salud, servicios postales y de courier, guías telefónicas, servicios de peaje, compañías petroleras, estaciones de servicio, colegios, universidades, academias, cursos y postgrados.

13- Empresas, productos y servicios de telefonía y comunicación. Aparatos fijos y móviles, beepers, tarjetas telefónicas prepagas, promociones para llamadas locales e internacionales. Proveedores pagos y gratuitos de Internet.

RA7 - Recreación, Viajes, Entretenimiento, Medios y Tiendas

Subcategorías: 15 a 18

15- Grandes tiendas, casas de artículos para el hogar, supermercados, minimercados, kioscos, drugstores, peluquerías, lavanderías, ópticas, farmacias, inmobiliarias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías, video clubes.

16- Diarios, revistas, libros, discos, CD's, cassettes, DVD's, programas de radio y TV, canales de TV y estaciones de radio, agencias de comunicación, multimedios, consultoras de imagen, enciclopedias, portales y buscadores de Internet.

17- Bares, restaurantes y fast foods. Shoppings, spa, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones. Videogames, juegos de mesa, juegos de azar, loterías y juguetes.

18- Compañías áreas, de trenes y autobuses; líneas de ferry y cruceros, agencias de turismo, hoteles, resorts, promoción de ciudades y países, alquiler de vehículos.

RA8 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.

RA9 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos

Fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones ambientales, voluntarios, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación. Campañas políticas, mensajes y obras religiosas, organizaciones gubernamentales, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, campañas de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno.

RA10 – Campañas de Productos y Servicios

El Ojo Classic - VIA PUBLICA (VP)

Se distinguirá al Mejor Anuncio de Vía Pública de Iberoamérica por cada Categoría de Productos, Servicios, Formatos o Campañas.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 1º de octubre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de productos/servicios y o formato y además en 1 (una) sola categoría correspondiente a campañas. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla por separado. Una pieza no podrá ser inscripta como individual en dos categorías de diferentes.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de cada una de ellas se elegirá Gran Ojo de Vía Publica de Iberoamérica.

Categorías para piezas individuales:

Formatos convencionales (dividido por categorías de productos y servicios)

VP1 - Productos

VP2 - Servicios

VP3 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios

VP4 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos

(Fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones ambientales, voluntarios, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación. Campañas políticas, mensajes y obras religiosas, organizaciones gubernamentales, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, campañas de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno).

VP5 - Formatos no convencionales

(Piezas gráficas desarrolladas en formatos no estándar para espacios en la vía pública).

VP6 – Ambientaciones e Instalaciones

(Piezas o intervenciones realizadas tanto para espacios en la vía pública como para espacios al aire libre o cerrados en cualquier tipo de formato).

VP7 - Carteles (Indoor)

Piezas gráficas desarrolladas en formatos estándar y no estándar para interiores de espacios públicos.

VP8 – Formatos digitales

(Piezas gráficas desarrolladas para emitir en distintos tipos de pantallas digitales, ya sea en la vía pública como para interiores de espacios públicos).

VP9 - Campañas

(Piezas de un mismo producto o servicio que involucren el uso de 2 o más alternativas de las anteriormente descriptas).

EL OJO INTERACTIVO

Se distinguirá a los Mejores Trabajos Interactivos de Iberoamérica.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales e incluirla también como parte de una campaña en la categoría correspondiente a campañas.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo Interactivo por Iberoamérica.

Categorías:

IT1 - Banners espacio fijo

IT2 - Banners dinámicos / expandibles

IT3 - Microsites – Productos

Piezas desarrolladas para un producto o campaña específica, con un tiempo determinado y finito de permanencia en el aire.

IT4 - Microsites – Servicios

Piezas desarrolladas para un producto o campaña específica, con un tiempo determinado y finito de permanencia en el aire.

IT5 – Microsites - Bien Público

Piezas desarrolladas para un producto o campaña específica, con un tiempo determinado y finito de permanencia en el aire.

IT6 - Sitios web - Imagen corporativa y/o Autopromoción

IT7 - Sitios web - Productos y Servicios

IT8 - Sitios web - Bien Público

IT9 – Advergames

Piezas desarrolladas que, obligatoriamente debe incluir la promoción de una marca.

IT10 - Interactive tools (apps, widgets, redes sociales)

IT11 – Mobile

Piezas desarrolladas específicamente para ser difundidas a través de teléfonos celulares (móviles), Palms y PDA's.

IT12 - Email Marketing

Piezas desarrolladas para su distribución a través de e-mail.

IT13 - Viral Marketing

Piezas desarrolladas para generar efecto viral o "boca a boca"; donde el usuario recomienda un mensaje o producto a sus contactos.

IT14 - Branded content

IT15 - Campañas online

Piezas de un mismo producto o servicio que involucren el uso de 2 o más alternativas de las anteriormente descritas (IT1 a IT8).

EL OJO INNOVADOR – Creatividad en Medios

Se distinguirá a las Mejores Piezas o Acciones de Creatividad e Innovación en el Uso de Medios de Iberoamérica.

Podrán participar de este premio las piezas o acciones publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo, entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010, en medios inusuales u originales de publicidad, o formas de utilización novedosas de los medios tradicionales. Todas las piezas o acciones deben estar relacionadas con un mismo mensaje o con una sola campaña publicitaria.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales e incluirla también como parte de una campaña en la categoría correspondiente a campañas (Mix de Medios).

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo Innovador por Iberoamérica.

Categorías:

CM1 - Cine/TV

Piezas o intervenciones no convencionales emitidas por Cine/TV y/o nuevos soportes audiovisuales.

CM2 – Gráfica

Piezas gráficas no convencionales desarrolladas para diarios y revistas en medidas no estándar, dimensionales, corpóreas, desplegadas o troqueladas.

CM3 – Radio

Intervenciones radiales no convencionales (PNTs)

CM4 - Vía Pública

Piezas gráficas no convencionales desarrolladas en formatos no estándar, ya sean para espacios en la vía pública (outdoor) como para interiores de espacios públicos (indoor).

CM5 - Medios Alternativos

Piezas emitidas o publicadas en medios no convencionales o creados especialmente para esa campaña.

CM6 - Mix de Medios

Piezas o intervenciones no convencionales realizadas en más de 2 medios de comunicación, ya sean tradicionales o alternativos.

CM7 - Acciones en el espacio público

Acciones desarrolladas en la vía pública (calles, plazas, parques, playas) y/o en lugares privados (bares, shoppings, cines, teatros) en donde puede o no existir una interacción con el consumidor.

CM8 – Sponsorship

Actividades creadas y llevadas a cabo en conjunto por dos o más empresas orientadas a la consecución de

El OJO CONTENIDO – Contenidos para marcas

El Ojo Contenido premiará aquellos productos de comunicación que tengan el fin de entretener que hayan sido desarrollados para una marca o en conjunto con una marca.

Podrán participar todos aquellos trabajos que hayan sido publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas por el medio en el que fueron vehiculizadas:

Se entregará el Gran Ojo Contenido de Iberoamérica al mejor trabajo de Contenido para Marcas.

En base a la cantidad de inscripciones la organización determinará si se agrupa en una sola categoría o se divide en varias y, en ese caso, si se entregará Oro, Plata y Bronce y entre los oros, el Gran Ojo.

Categorías:

CT1 - Cine/ TV

Contenidos creados para emitirse en televisión/cine, programas de TV, Cortos.

CT2 - Editorial

Contenidos creados para publicarse en forma impresa -revistas, libros, diarios.

CT3 - Radio

Programas, emisoras radiales o contenidos

CT4 – Digitales

Contenidos generados para emitirse en celulares, palms, Pda's, videojuegos.

CT5- Product Placement

CT6- Eventos de Marcas

Asociaciones de marcas con igual target o mensaje.

El OJO DIRECTO - Marketing Directo

El Ojo Directo premiará a las Mejores Acciones de Marketing Directo y/o Relacional por Iberoamérica, teniendo en cuenta la Creatividad.

Podrán participar todas aquellas piezas/campañas que respondan a los siguientes criterios:

- Estén dirigidas a un target/destinatario determinado por Base de Datos, o que sirvan para recabar datos de manera personalizada (uno a uno)

- Tengan un medio de respuestas (0-800, site, cupón, etc.) que deba ser utilizado para participar de la acción (entrega de datos)
- Persiga un objetivo de marketing/comunicación determinado (Fidelización, retención, crear relaciones, solicitud de entrevistas).
- Demuestren cuantitativamente o cualitativamente el logro de los objetivos planteados en el momento de su creación.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas, emitidas o llevadas a cabo por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Los trabajos de Marketing Directo podrán ser inscriptos en 1 (una) sola categoría del Grupo A (MD1 a MD5) como pieza individual, en la categoría correspondiente a Campaña (MD6) y además, teniendo en cuenta la estrategia también podrán inscribirse en una (1) sola categoría del Grupo B (MD7 o MD8) .

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo Directo por Iberoamérica.

Categorías:

- Grupo A: Medios

MD1 - Correo Directo

Piezas en formato plano (folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones a eventos, reportes de auditoria, memorias & balances anuales, folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones a eventos, reportes de auditoria, memorias & balances anuales en formatos corpóreos, desplegados, troqueladas, etc.). Piezas en formato dimensional (folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones a eventos, reportes de auditoria, memorias y balances anuales en formatos corpóreos, desplegados, troqueladas, etc.).

MD2 - Medios Masivos Audiovisuales (Cine/ TV, Radio, Gráfica y Vía Pública)

Acciones que utilicen medios audiovisuales para establecer un contacto con el target específico y recabar datos.

MD3 - Medios Digitales (Internet / Celulares)

Piezas o acciones que utilicen medios digitales para establecer un contacto con el target específico y recabar datos.

MD4- Medios Alternativos

Piezas o acciones que utilicen cualquier otro soporte no contemplado en las categorías antes mencionadas.

MD5 - Acciones en el campo

Acciones creadas para recabar datos o establecer relaciones con un target determinado en un campo preestablecido, utilizando distintas modalidades de contacto: puerta a puerta, merchandising, guerrilla, etc.

MD6 - Campaña Integral de Marketing Directo

Acciones de un mismo producto o servicio que involucren el uso de 2 o más alternativas de medios anteriormente descriptas (MD1 a MD6).

- Grupo B: Estrategia y Objetivos

MD7 - Mejor Acción generadora de ventas para la marca

Acciones que promuevan la venta de un producto o servicio y cumplan con los objetivos de establecer contacto y recabar información.

MD8 - Mejor Acción generadora de fidelidad y/o construcción de marca

Acciones dirigidas al mantenimiento de una relación duradera del cliente y/o a la construcción de marca.

El OJO PROMO - Promociones

El Ojo Promo premiará a las Mejores Promociones y Activaciones por Iberoamérica.

Podrán participar todas aquellas piezas/campañas que hayan sido publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010 y hayan sido creadas con el objetivo de activar y promover la venta de un producto o servicio, generar conocimiento y uso de marca, y/o fidelizar, teniendo en cuenta el público al que esta dirigida la acción y los objetivos de la misma.

Los trabajos de Promociones podrán ser inscriptos en 1 (una) sola categoría del Grupo A (PM1 a PM4) como pieza individual, en la categoría correspondiente a Campaña (PM5) y además, teniendo en cuenta los Objetivos también podrán inscribirse en una (1) sola categoría del Grupo B (PM6 a PM8).

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de cada una de ellas se elegirá el Gran Ojo Promo por Iberoamérica.

Categorías:

- Grupo A: Formato / Tipo

PM1 - Promociones en el punto de venta

Acciones promocionales creadas para ser implementadas teniendo en cuenta cómo escenario principal uno o varios puntos de venta u otros espacios, como apoyo de una promoción (supermercados, comercios, centros, etc.).

PM2 – Eventos, Auspicios y Patrocinios.

PM3 - Promociones de descuentos y Bonificaciones

Acciones creadas para promover descuentos o bonificaciones en el precio de los productos o servicios.

PM4 - Premios y Recompensas. Sampling y Packaging

Acciones que otorguen premios y/o recompensas mediante concursos, sorteos, sistema de millaje, acumulación de puntos, etc. a los consumidores por el uso o elección de un producto o servicio. Acciones que realicen distribución de muestras de productos o utilicen el envase para su difusión y promociones de beneficios directos.

PM5 - Promociones integradas

Acciones promocionales de un mismo producto o servicio que integren la implementación de 2 o más alternativas de las anteriormente descritas (PR1 a PR4).

- Grupo B: Objetivos

PM6 - Lanzamiento de producto.

PM7 – Posicionamiento.

PM8 – Activación.

EL OJO CAMPAÑAS INTEGRADAS

Destacará a las mejores campañas que cuenten con diversas ejecuciones y aplicaciones creativas.

Podrán participar todas aquellas ideas que hayan sido publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Se entregará entre todas las piezas o casos inscriptos: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de Campañas Integradas y El Tercer Ojo se elegirá el Gran Ojo Campañas Integradas / El Tercer Ojo por Iberoamérica.

El Jurado podrá determinar la entrega de 2 Grandes Ojos entre los oros de Campañas Integradas y El Tercer Ojo en caso de que lo considere necesario.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas en las siguientes categorías:

CI 1 - Campañas de Productos

CI 2 – Campañas de Servicios y

CI3 - Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.

EL TERCER OJO

Es un trofeo que sólo conseguirá aquella gran idea que rompe paradigmas, que abra nuevas formas de pensar y deje a la audiencia pensando en lo que viene. Premiará a las ideas que cumplan con el objetivo de abrir nuevos horizontes para la creatividad incluyendo nuevos medios, nuevas formas de relación con el consumidor, ideas que contemplen un número mayor de disciplinas de comunicación y se tornan más completas.

Será simplemente un premio a lo mejor de lo mejor. Reconocerá a la mejor idea para comunicar.

Este premio no tiene categorías, no se restringe a una cantidad de ejecuciones o tipo de canales, ni tiene límites para el tipo de medios usado. El Tercer Ojo considera la calidad, originalidad y precisión de la idea para comunicar un concepto y la frescura de la creatividad, así como la implementación y la consistencia en los diferentes canales y el riesgo.

Podrán participar todas aquellas ideas que hayan sido publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Se entregará entre todas las piezas o casos inscriptos: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros de El Tercer Ojo y Campañas Integradas se elegirá el Gran Ojo El Tercer Ojo / Campañas Integradas por Iberoamérica.

El Jurado podrá determinar la entrega de 2 Grandes Ojos entre los oros de El Tercer Ojo y Campañas Integradas en caso de que lo considere necesario.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas en las siguientes categorías:

TO 1-Productos

TO 2 – Servicios

TO3- Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.

EL OJO PR – Relaciones Públicas y Prensa.

Premiará el uso innovador y creativo de cualquier forma de publicidad no paga y la generación de mensajes que comuniquen credibilidad, concientización, reputación y relacionen a las compañías u organizaciones con sus consumidores o miembros.

Podrán participar en este nuevo premio: Agencias de Relaciones Públicas, Consultoras de Comunicación, Departamentos Internos de Relaciones Institucionales, Asesores de Imagen entre otros.

Las campañas deben haberse implementado entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Las piezas deben haber sido realizadas para un cliente pago, con excepción de las campañas de auto promoción o caridad/organizaciones sin fines de lucro.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce.

Categorías:

PR1 - Acciones para el consumidor

Trabajos o acciones para construir imagen, aumentar el perfil y la presencia en los medios o formar opinión de un producto o servicio.

PR2- Acciones de Comunicación Corporativa

Trabajos o acciones para construir la imagen, aumentar el perfil o formar opinión de una marca, de una organización, instituciones y consejos.

PR3 - Manejo de Crisis

Campañas para planear y/o para manejar las consecuencias de una crisis o de una acción que pueden afectar a la credibilidad y a la buena reputación de una compañía.

PR4 - Acciones de Bien Público

PR5 - Acciones Digitales y en Redes Sociales

Web site, microsites o sitios del Intranet, motores de búsqueda, banners, dispositivos móviles y otras técnicas digitales creadas para ejecutar o para apoyar una campaña, incluyendo blogs, redes sociales y contenido generado por el usuario

PR6 - Campañas

Campañas con 2 o más elementos o canales en los que predominen acciones PR y Prensa.

PREMIOS ESPECIALES

MEJOR USO DE RECURSOS AUDIOVISUALES

Se premiarán:

- Mejor uso de música
- Mejor fotografía
- Mejor animación
- Mejores efectos audiovisuales y postproducción.

En Mejor Música, Mejor Fotografía, Mejor Animación y Mejores efectos audiovisuales y postproducción podrán participar aquellas piezas individuales de Cine/TV que hayan sido inscriptas o no en el Premio El Ojo Classic, abonando un costo adicional diferente para cada uno de los casos.

- Inscripta en El Ojo Classic: U\$s 100.-
- No inscripta en El Ojo Classic: U\$s 200.-

Cada pieza podrá ser inscripta en una o más categorías de este premio abonando el monto de U\$s 100.- por cada categoría adicional.

Las mismas deben haber sido emitidas entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Por cada categoría se entregará: Ganador, 1º y 2º Finalista.

POSTALES PUBLICITARIAS – FREECARDS

Podrán participar de este premio todas las empresas que desarrollan y distribuyen Postales publicitarias gratuitas, agencias de publicidad, centrales de medios, anunciantes, diseñadores, etc.

Los trabajos inscriptos para ser consideradas Postales, deben tener un formato de 10x15 cms. por hoja y es condición excluyente que posean dorso postal.

Las piezas inscriptas deben haber sido distribuidas por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de producto (FC1 a FC5) y en la categoría correspondiente a campañas (FC6), en caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña.

Una pieza no podrá ser inscripta como individual en dos categorías diferentes.

Por cada categoría se entregará: Ganador, 1º y 2º Finalista.

Categorías:

FC1 – Productos

FC2 – Servicios

FC3 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.

FC4 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos

FC5 - Formatos no convencionales

FC6 – Campañas

EL OJO DE LOS ANUNCIANTES

Es el premio enfocado en la mirada de los anunciantes para premiar al Mejor Comercial de Iberoamérica.

El Ojo de los Anunciantes responde a la premisa “ve más allá” que es la base del festival, y para que esta mirada crezca se suma otro punto de vista: el de los anunciantes que a través de un selecto jurado compuesto por los principales directores de marketing, gerentes de publicidad y responsables de comunicación de las empresas de cada país elegirán entre todos los finalistas de El Ojo Classic TV, El Ojo de los Anunciantes al Mejor Comercial de la región.

EL OJO BICENTENARIO

Con motivo de las conmemoraciones que comenzaron en 2009 en Bolivia y Ecuador, este año continúan en Argentina, México, Venezuela, Colombia y Chile y seguirán más adelante en otros países, y teniendo en cuenta que se cumplen 200 años desde el primer sueño que tuvieron varios países de la región, El Ojo de Iberoamérica ha decidido no pasar por alto este hito en la historia de Iberoamérica y se suma a la celebración instaurando el Premio Especial Bicentenario para premiar los trabajos y acciones realizadas para conmemorar este acontecimiento histórico.

Podrán participar todos aquellos trabajos que hayan sido realizados, emitidos o publicados entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de medios y en la categoría correspondiente a campañas, en caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará sí se implementa separar las piezas por el medio en el que fueron vehiculizadas:

Si no se divide en categorías se entregará: Ganador, 1º y 2º Finalista.

En caso de dividir en categorías, se entregará por cada categoría: Ganador, 1º y 2º Finalista.

BC1 - Cine/TV (Contenidos creados para emitirse en Cine/ Televisión: comerciales, programas, cortos).

BC2 – Gráfica (Piezas creadas para publicarse en diarios, revistas, libros, etc)

BC3 – Radio (Contenidos creados para emitirse en radio: spots, programas, etc)

BC4- Vía Pública (Piezas creadas para publicarse en la vía pública, ya sean formatos convencionales como no convencionales)

BC5 - Digital (Contenidos generados para emitirse en Internet, celulares, palms, Pda's, I-pads y videojuegos)

BC6 - Acciones

BC7 - Eventos

BC8 - Campañas (de 2 o más piezas o acciones)

EL OJO MUNDIAL

Cada cuatro años el Mundial de Fútbol despierta la pasión de los hinchas y agudiza la creatividad, lo mismo con los torneos mundiales de otros deportes. En ellos las marcas no dejan pasar la magnificencia de este acontecimiento y doblan la apuesta edición tras edición. Por la pasión que despierta el fútbol en los países de la región y con el objetivo de reconocer la creatividad aplicada al Mundial, El Ojo de Iberoamérica, -al igual que en el 2006- volverá a premiar a la mejor pieza que tenga como tema el Mundial.

Podrán participar todos aquellos trabajos que hayan sido realizados, emitidos o publicados entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de medios y en la categoría correspondiente a campañas, en caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas por el medio en el que fueron vehiculizadas:

Si no se divide en categorías se entregará: Ganador, 1º y 2º Finalista.

En caso de dividir en categorías, se entregará por cada categoría: Ganador, 1º y 2º Finalista.

MN1 - Cine/TV (Contenidos creados para emitirse en Cine/ Televisión: comerciales, programas, cortos).

MN2 – Gráfica (Piezas creadas para publicarse en diarios, revistas, libros, etc)

MN3 - Radio (Contenidos creados para emitirse en radio: spots, programas, etc)

MN4 - Vía Pública (Piezas creadas para publicarse en la vía pública, ya sean formatos convencionales como no convencionales)

MN5 - Digital

MN6 - Acciones

MN7 - Eventos de Marcas

MN8 - Campañas (de 2 o más piezas o acciones)

EL OJO SUSTENTABLE

La esperanza de poder crear una comunidad global que lleve a los líderes a tomar las decisiones responsables, la necesidad de un cambio de mentalidad en materia ambiental, la obligación de abrir el juego a todos los sectores de una sociedad, o simplemente el aporte de ese granito de arena individual que genere al menos un instante de reflexión en la población; son las razones principales de este premio especial, que apela al lado más comprometido de la industria publicitaria.

De esta manera, nace El Ojo Sustentable, un reconocimiento a aquellos trabajos y empresas que a través de su mensaje o acciones contribuyan de forma activa, voluntaria y sostenida en el tiempo al mejoramiento social, económico y ambiental.

Podrán participar todos aquellos trabajos que hayan sido realizados, emitidos o publicados entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.

Para este premio en principio habrá dos categorías:

ST1 - El Ojo Social – RSE (Responsabilidad Social Empresaria)

ST2 - El Ojo Eco (Medioambiente)

La Categoría RSE premiará trabajos realizados para comunicar acciones solidarias, de concientización y/o promover productos y servicios a medida de grupos de personas desfavorecidas, accesibilidad de entornos y servicios, empresa con iniciativas de voluntariado, trabajos pro bono con voluntarios y con financiación de proyectos, actuaciones en colaboración con otras empresas en iniciativas como participación activa en grupos especializados, políticas activas con proveedores.

La Categoría ECO reconocerá comunicaciones creadas para difundir acciones solidarias, de concientización y/o promover productos y servicios que aborden un aspecto medioambiental, que apunten a proteger y/o mejorar una organización, un producto o un servicio.

Por cada categoría se entregará: Ganador, 1º y 2º Finalista.

Concurso NUEVOS TALENTOS (Estudiantes y Jóvenes Profesionales)

El Concurso Nuevos Talentos de El Ojo tiene como objetivo estimular a los Estudiantes y Jóvenes Profesionales, dándoles la oportunidad de mostrar sus trabajos a la comunidad publicitaria de Iberoamérica. Esta propuesta es una oportunidad de mostrar su talento, capacidad y creatividad a la comunidad publicitaria de Iberoamérica en el marco del evento que convoca a los máximos referentes de la creatividad y la publicidad regional.

El Brief y las especificaciones técnicas para el Concurso Nuevos Talentos estarán disponibles próximamente en la página oficial del festival.

Concurso NUEVOS REALIZADORES

El Ojo el año pasado abrió un espacio para los Nuevos Realizadores para darles mayor visualización a ellos y a sus trabajos.

La historia del festival demuestra que por más chico que sea un mercado, sus profesionales pueden hacerse grandes en los podios mundiales y que ese talento no tiene fronteras y mucho más si cuenta con el reconocimiento y el impulso de sus pares.

También está comprobado que los máximos referentes mundiales miran con admiración a esta parte del mundo, no porque es una moda, sino porque es una escuela donde aprender la esencia de la comunicación humana. Es por eso que El Ojo creó esta nueva instancia para seguir proyectando el talento regional al mundo.

Las bases para participar en este concurso estarán próximamente en la web oficial del festival.