



XIII FESTIVAL INTERNACIONAL EL OJO DE IBEROAMERICA 2010

REGLAMENTO EL OJO D EIBEROAMÉRICA 2010

La Organización anuncia que el cierre de la inscripción online programado para el 12 de agosto de 2010, se ha extendido hasta el 3 de septiembre de 2010.

A- CONSIDERACIONES GENERALES

FILOSOFIA DEL PREMIO

El Premio Internacional El Ojo de Iberoamérica tiene como objetivo reconocer y distinguir la Trayectoria, el desempeño y las mejores piezas de las empresas y profesionales de la región que hayan contribuido con un trabajo sólido, constante e innovador al desarrollo de la publicidad de su país y de la región, llevando a la comunicación a un nuevo nivel y posicionando así a Iberoamérica como el centro del pensamiento creativo e inspiración para el mundo publicitario y de las comunicaciones.

FECHA Y LUGAR DEL EVENTO

La XIII Edición del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica tendrá lugar el **22, 23 y 24 de noviembre de 2010** en el Hotel Hilton Buenos Aires, Argentina.

¿CÓMO Y CUÁNDO INSCRIBIRSE PARA PARTICIPAR DEL PREMIO?

La inscripción debe realizarse online a partir del **30 de junio de 2010 hasta el 12 de agosto de 2010** en www.elojodeiberoamerica.com, en donde deberán ingresarse los datos de cada empresa participante, completar el formulario de inscripción y enviar el comprobante de pago, subir todas las fichas técnicas y enviar todos los materiales allí requeridos.

El pago deberá hacerse efectivo hasta el **12 de agosto** de 2010 a través de los medios habilitados por el festival: cheque, tarjeta de crédito o transferencia bancaria.

Todas aquellas inscripciones que no se registren como abonadas diez (10) días antes del período de votación serán descalificadas.

Al momento de registrarse online el sistema le otorgará un código de inscripción. Una vez completas todas las fichas técnicas de las piezas y subido todo el material que se solicita para cada uno de los premios en www.elojodeiberoamerica.com, deberá dar por finalizada su inscripción, tanto individualmente por cada una de las piezas inscritas en cada premio como así también finalizar la inscripción general. Esto facilitará el proceso de chequeo por parte de la organización, ya que se comienza por las piezas e inscripciones finalizadas por parte del cliente. En el caso del material audiovisual, que no se sube a nuestro site, deberá enviarlo de la forma solicitada por la organización y en las fechas indicadas.

Para el envío del material audiovisual, la organización ha dispuesto la recepción en forma digital a través del Sistema ftp El Ojo, creado especialmente para el festival.

El envío del material por este Sistema de ftp tiene un costo adicional por cada pieza (U\$s 15.-) pero para los participantes de la edición 2010 que suban el material antes del 12 de agosto, la organización les bonificará dicho costo. A partir de esa fecha todos los participantes deberán abonar ese monto adicional por cada pieza enviada por cualquiera de los medios mencionados.

Para información detallada de formas y calidad de envío acceda al archivo Especificaciones técnicas para el envío del material audiovisual.

Todos los participantes deberán abonar, además del costo de la inscripción para cada pieza/campaña inscripta, un costo adicional (U\$s 10.-) para el procesamiento del material audiovisual e impresión del material gráfico. Este monto es obligatorio para todas las piezas inscriptas en los distintos premios pero no aplica para las piezas de Radio (El Ojo Classic – Radio) ni para las piezas interactivas (El Ojo Interactivo).

Los participantes deberán remitir junto al pago de las inscripciones la carta de aceptación del presente reglamento y la autorización para difusión del material inscripto. La misma se encuentra al final del reglamento y también se podrá descargar en la página del festival. Esta autorización deberá ser enviada antes del 12 de agosto de 2010.

Por cualquier consulta sobre la inscripción de las piezas, el envío del material, el pago de la inscripción o cualquier otra consulta, contactarse con su Ejecutivo de Cuentas (información detallada en el sitio oficial en "Contacto"), enviar un e-mail a info@elojodeiberoamerica.com o por teléfono al **(54-11) 4576-5335**.

CIERRE DE INSCRIPCIÓN AL PREMIO

La inscripción cerrará el **12 de agosto** de 2010 a las 23 hs de Argentina, fecha a partir de la cual se considerará cerrada la inscripción. El registro de todo el material solicitado por Internet deberá ser terminado antes de esa fecha. Los materiales que se envíen sin su pago correspondiente no podrán participar del festival.

Todo el material digitalizado deberá llegar a las oficinas del festival antes del 12 de agosto de 2010 para ser incluido en el DVD que se elabora para que los jurados evalúen todos los trabajos participantes. Una vez iniciada la programación no se puede incluir material adicional.

En caso de considerarlo necesario el festival podrá establecer una extensión para el cierre de la fecha de inscripción, la cual será comunicada oportunamente a los participantes. En caso de fijar más de una fecha de prórroga por pedido de los participantes la organización podrá establecer recargos para las mismas o cancelar descuentos existentes.

¿QUIENES PUEDEN PARTICIPAR?

Agencias de Publicidad, Directores Creativos, Productoras, Directores de Cine Publicitario, Anunciantes, Centrales de Medios, Estudios Creativos, Estudios de Diseño, Medios de Comunicación, Agencias Interactivas, Agencias de Promoción y de Marketing Directo, Postproductoras, Estudios de Animación, Diseñadores, Productoras de Imagen y Sonido, Productoras de Música, Estudios Multimedia, Agencias de Desarrollo y Activación, Productoras de Contenidos, Agencias de Comunicación, Agencias de Prensa, Agencias de Relaciones Públicas, Consultoras de Comunicación, Departamentos Internos de Relaciones Institucionales, Asesores de Imagen, Agencias BTL, etc.

¿QUÉ PAÍSES PUEDEN COMPETIR?

Todos los países de la región iberoamericana, la cual incluye el mercado Hispano de los Estados Unidos, España y Portugal, pueden competir en los premios que se entregan en el festival, en todas las categorías y premios existentes por Iberoamérica: El Ojo Classic, El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, El Ojo Contenido, El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo Campañas Integradas, El Tercer Ojo, El Ojo PR y los premios especiales de: Mejor Uso de Recursos Audiovisuales, Mejores Postales Publicitarias, El Ojo de los

Anunciantes, Bicentenario, Mundial 2010 y El Ojo Sustentable, además del Premios al Desempeño del Año (Mejor Agencia, Creativo, Productora, Realizador, Anunciante y Red de Comunicación).

Además, el festival entrega los Premios a nivel local: El Ojo al Desempeño del Año Local (Mejor Agencia, Creativo, Productora, Realizador y Anunciante) y El Ojo a la Mejor Pieza (Mejores Piezas de Cine/TV, Gráfica y Radio). La participación en estos premios se hace automáticamente, sin costo adicional, de todas las piezas inscriptas en El Ojo Classic.

Los países/zonas participantes son los siguientes: Argentina, Brasil, Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana), Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos (Hispano), México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Región Sur (Bolivia y Paraguay), Uruguay y Venezuela.

En El Ojo Local, para una selección representativa, cada país/zona debe registrar una cantidad de piezas inscriptas igual o mayor a 100 para competir por los Premios locales al Desempeño y a las Mejores Piezas, en caso de no alcanzar el número mínimo de inscripciones por país/zona el festival puede proceder a reagrupar los países por afinidad de trabajos o declarar desierto los premios El Ojo al Desempeño Local y El Ojo Local Piezas.

¿QUÉ CANTIDAD DE MATERIAL SE PUEDE INSCRIBIR?

No hay límite para la cantidad de material que puede inscribir un profesional o una empresa.

No existe un límite para la cantidad de material que inscriba cada participante en cualquiera de las áreas o categorías de premiación.

Se recomienda inscribir un mínimo de 10 piezas de Cine/TV, Gráfica, Radio y/o Vía Pública en el caso de Agencias, Creativos y Anunciantes; y de 10 comerciales de Cine/TV para Productoras y Directores para que el jurado pueda evaluar mejor el Premio El Ojo al Desempeño del Año.

Las empresas y/o profesionales para poder participar de los premios a nivel local deberán haber inscripto como mínimo, 1 pieza en ese País/región participante.

REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL MATERIAL INSCRIPTO.

El material inscripto debe contar con la autorización del anunciante, de la agencia y/o del propietario de los derechos de la obra, haber sido efectivamente emitido, publicado o implementado por primera vez entre el 1º de enero de 2009 y el comienzo del juzgamiento del material, estimado para el 30 de septiembre de 2010.

A solicitud del participante se aceptarán trabajos concluidos al 12 de agosto de 2010 pero que serán emitidos y/o publicados hasta el 30 de septiembre de 2010.

Como en todos los casos, la organización del festival podrá solicitar en cualquier instancia de la selección los correspondientes comprobantes de emisión, publicación y/o implementación.

Todo el material inscripto, excepto los trabajos del Premio a los Nuevos Talentos y Nuevos Realizadores, debe haber sido creado para un cliente a título oneroso.

El material debe inscribirse tal cual fue emitido, publicado y/o implementado.

La Organización se reserva el derecho de descalificar en cualquier etapa del proceso los trabajos que incumplan este requisito o cualquier otro de este reglamento, sin resarcimiento alguno.

A efecto de verificar la veracidad del material inscripto la Organización podrá solicitar el comprobante de emisión, publicación y/ o implementación, el cual deberá ser presentado a las 48 hs. de ser solicitado por la organización del festival.

Recomendamos que las piezas que no hayan sido creadas en castellano, sean subtituladas, en el caso de los trabajos audiovisuales, o traducida por escrito en los campos correspondientes de cada ficha técnica en el resto de los casos para optimizar y facilitar la comprensión de las mismas por parte del jurado.

B- PREMIOS

I - POR IBEROAMERICA

EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO

Desempeño del Año: Mejor Agencia, Mejor Creativo, Mejor Productora, Mejor Director, Mejor Anunciante y Mejor Red de Comunicación.

EL OJO CLASSIC - Mejores Piezas: Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública.

EL OJO INTERACTIVO - Mejores Trabajos Interactivos.

EL OJO INNOVADOR - Mejor Creatividad e Innovación en el Uso de Medios.

EL OJO CONTENIDO - Mejor Desarrollo de Contenidos para marcas.

EL OJO DIRECTO - Mejor Acción de Marketing Directo y Relacional.

EL OJO PROMO - Mejor Promoción y Activación.

EL OJO CAMPAÑAS INTEGRADAS - Mejores campañas integradas que cuenten con diversas ejecuciones y aplicaciones creativas.

EL TERCER OJO - 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.

EL OJO PR - Mejor Acción de Relaciones Públicas y Prensa.

II - POR PAIS/ZONA

EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO LOCAL - Desempeño local: Mejor Agencia, Mejor Creativo, Mejor Productora, Mejor Realizador y Mejor Anunciante.

EL OJO LOCAL - Mejores Piezas de Cine/TV, Gráfica y Radio.

III - PREMIOS ESPECIALES

Como todos los años la organización establece premios especiales. Para esta edición ya se encuentran confirmados los siguientes:

- **Mejor Uso de Recursos Audiovisuales:** Mejor Uso de Música, Mejor Fotografía, Mejor Animación y Mejores Efectos Audiovisuales y Postproducción.

- **Mejores Postales Publicitarias**

- El Ojo de los Anunciantes
- El Ojo Bicentenario ****NUEVO PREMIO****
- El Ojo Mundial
- El Ojo Sustentable ****NUEVO PREMIO****
- Concurso Nuevos Talentos de Iberoamérica 2010
- Concurso Nuevos Realizadores de Iberoamérica 2010

C- DETALLE DE CATEGORIAS

I - POR IBEROAMERICA

EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO

Se distinguirá con este premio a los mejores de Iberoamérica en las siguientes categorías: Agencia, Creativo, Productora, Realizador, Anunciante y Red de Comunicación.

La evaluación para elegir a los mejores en las categorías mencionadas se realizará en base al material inscripto que haya sido creado, realizado y emitido a partir del 1º de enero de 2009 al 30 de septiembre de 2010, y que no haya resultado finalista en ediciones anteriores del Festival.

Se recomienda inscribir un mínimo de 10 piezas de Cine/TV, Gráfica, Radio y/o Vía Pública en el caso de Agencias, Creativos y Anunciantes; y de 10 comerciales de Cine/TV para Productoras y Directores.

La inscripción mínima indicada permitirá una mejor evaluación por parte del jurado del desempeño del año de una empresa y/o profesional.

Por cada categoría se seleccionarán, entre todos los participantes, a los Mejores de Iberoamérica y se confeccionará un ranking con los mejores de la región, el primer puesto del ranking será premiado con el Gran Ojo al Desempeño de Iberoamérica en su categoría correspondiente.

EL OJO CLASSIC

Se distinguirá: Mejor Comercial de Cine/TV, Mejor Anuncio de Gráfica, Mejor Spot de Radio y 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 30 de septiembre de 2010.

NOTA: Si bien el material puede ser publicado o emitido hasta el 30 de septiembre de 2010, tendrá que ser inscripto hasta el 12 de agosto de 2010, día en que cierra la inscripción on line. En caso de que dichos trabajos no se hayan emitido o publicado en Iberoamérica antes del 30 de septiembre de 2010 serán descalificados sin resarcimiento alguno.

Como en todos los casos el festival podrá solicitar en cualquier instancia de la selección los correspondientes comprobantes de emisión y/o publicación.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales en 1 (una) sola categoría de productos/servicios o formatos (dependiendo el medio) 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 producto diferentes.

Por cada categoría y en cada uno de estos medios –Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública- se entregará: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo de Iberoamérica.

El Ojo Classic Cine / TV (TV) – Categorías:

- TV1 - Alimentos, lácteos, golosinas y snack
- TV2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos
- TV3 - Bebidas no alcohólicas
- TV4 - Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina
- TV5 - Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería
- TV6 - Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación
- TV7 - Artículos medicinales y farmacéuticos
- TV8 - Vestimenta, calzado, moda y accesorios personales
- TV9 - Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos
- TV10 - Instituciones y servicios financieros
- TV11- Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro
- TV12 - Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.
- TV13 - Comercios al público, tiendas y supermercados
- TV14 - Medios de comunicación
- TV15 - Recreación, transporte viajes y turismo
- TV16 - Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos
- TV17 - Otros soportes audiovisuales (Internet, celulares, dispositivos móviles)
- TV18 - Campañas de Productos
- TV19 - Campañas de Servicios
- TV20 - Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.

El Ojo Classic Gráfica (GR) – Categorías:

- GR1- Alimentos, lácteos, golosinas y snack
- GR2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos
- GR3 - Bebidas no alcohólicas
- GR4 - Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina
- GR5 - Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería
- GR6 - Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación
- GR7 - Artículos medicinales y farmacéuticos
- GR8 – Vestimenta, calzado, moda y accesorios personales
- GR9 - Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos
- GR10 - Instituciones y servicios financieros
- GR11 - Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro
- GR12 - Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.
- GR13 - Comercios al público, tiendas y supermercados
- GR14 - Medios de comunicación
- GR15 - Recreación, transporte viajes y turismo
- GR16 - Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos
- GR17 - Formatos no convencionales
- GR18 - Campañas de Productos
- GR19 - Campañas de Servicios
- GR20- Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios/Bien Público.

El Ojo Classic Radio (RA) – Categorías:

- RA1 - Alimentos, Golosinas y Bebidas no alcohólicas.
- RA2 - Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos.

RA3 - Moda, Belleza y Salud.
RA4 - Hogar, Oficina: Limpieza, decoración, electrodomésticos
RA5 - Automóviles camiones y motos. Accesorios y repuestos
RA6 - Telecomunicaciones, tecnología, compañías con fines de lucro y financieras.
RA7 - Recreación, Viajes, Entretenimiento, Medios, Tiendas
RA8 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios
RA9 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos
RA10 - Campañas

El Ojo Classic Vía Pública (VP) – Categorías:

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 descritas).

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.

El Ojo Interactivo (IT) – Categorías:

- IT1 - Banners espacio fijo
- IT2 - Banners dinámicos / expandibles
- IT3 - Microsites - Productos
- IT4 - Microsites - Servicios
- IT5 – Microsites - Bien Público
- IT6 - Sitios web - Imagen corporativa y/o Autopromoción
- IT7 - Sitios web - Productos y Servicios
- IT8 - Sitios web - Bien Público
- IT9 - Advergames
- IT10 - Interactive tools (apps, widgets, redes sociales)
- IT11 - Mobile
- IT12 - Email Marketing
- IT13 - Viral Marketing
- IT14 - Branded content
- IT15 - Campañas online (Campañas con 2 o más piezas de una misma categoría o de distintas categorías)

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.

El Ojo Innovador (CM) - Categorías

- CM1 - Cine/TV
- CM2 – Gráfica
- CM3 – Radio
- CM4 - Vía Pública
- CM5 - Medios Alternativos
- CM6 - Mix de Medios
- CM7 - Acciones en el espacio público
- CM8 – Sponsorship

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:

CT1 - Cine/TV (Contenidos creados para emitirse en televisión/cine -programas de TV, Cortos, Videoclips y otros soportes audiovisuales)

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 Internet, celulares, palms, Pda's, I-pads y videojuegos)

CT5 - Product Placement.

CT6 - Eventos de Marcas (asociaciones de marcas con igual target o mensaje).

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.

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.

El Ojo Directo (MD) – Categorías:

- Grupo A: Medios

MD1 - Correo Directo

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

MD3 - Medios Digitales (Internet / Celulares / PDAs)

MD4 - Medios Alternativos

MD5 - Acciones en el campo

MD6 - Campaña Integral de Marketing Directo

- Grupo B: Estrategia y Objetivos

MD7 - Mejor Acción generadora de ventas para la marca

MD8 - Mejor Acción generadora de fidelidad y/o 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.

El Ojo Promo (PM) – Categorías:

- Grupo A: Formato / Tipo

PM1 - Promociones en el punto de venta.

PM2 - Eventos Auspicios y Patrocinios.

PM3 - Promociones de descuentos y Bonificaciones.

PM4 - Premios y Recompensas. Sampling y Packaging

PM5 - Promociones integradas

- 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.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas por la categoría: Campañas de Productos, Campañas de Servicios y Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.

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.

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.

Para este premio en principio no habrá categorías, sino que el volumen de piezas determinará si se implementa separar las piezas por la categoría: Productos, Servicios y Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.

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.

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.

El Ojo PR (PR) – 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.

II - PREMIOS POR PAÍS/ ZONA

EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO A NIVEL LOCAL

Con este premio El Ojo de Iberoamérica se propone estimular, reconocer y premiar a quienes mejor se han desempeñado en el año e incentivar el desarrollo de la publicidad en cada País/Zona.

Se distinguirá con el Premio al Desempeño por País/ Zona a los mejores en las siguientes categorías: Agencia, Creativo, Productora, Realizador y Anunciante, en base al material inscripto.

En El Ojo Local, para una selección representativa, cada país/zona debe registrar una cantidad de piezas inscriptas igual o mayor a 100 para competir para el Desempeño del Año. En caso de no alcanzar el número mínimo de inscripciones por país/zona el festival puede proceder a reagrupar los países por afinidad de trabajos o declarar desierto los premios El Ojo al Desempeño Local.

Los países/zonas participantes son los siguientes: Argentina, Brasil, Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, Republica Dominicana), Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos (Hispano), México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Región Sur (Bolivia y Paraguay), Uruguay y Venezuela.

La evaluación para elegir a los mejores en las categorías mencionadas se realizará en base al material inscripto en el período comprendido entre el 1º de enero de 2009 y el 30 de septiembre de 2010 en los siguientes medios: Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública.

Se recomienda inscribir un mínimo de 10 piezas de Cine/TV, Gráfica, Radio y/o Vía Pública en el caso de Agencias, Creativos y Anunciantes; y de 10 comerciales de Cine/TV para Productoras y Directores para que el jurado pueda evaluar mejor el Premio El Ojo al Desempeño del Año.

Las empresas y/o profesionales para poder participar de los premios a nivel local deberán haber inscripto como mínimo, 1 pieza en ese País/región participante.

La inscripción mínima permitirá que el jurado evalúe mejor el desempeño del año de una empresa y/o profesional pero con sólo inscribir una pieza en el festival en cualquiera de los medios de El Ojo Classic participará la empresa y/o profesional automáticamente del Desempeño Local en el país/ zona en donde fue emitida esa pieza.

Si una empresa o persona desea competir por el Premio al Mejor Desempeño del Año en más de un País/Zona, deberá inscribir por cada uno de los Países/Zonas en los que desee competir, el mínimo de una pieza en cualquiera de los medios antes mencionados de El Ojo Classic.

Por cada categoría se seleccionarán: Mejor Agencia, Mejor Creativo, Mejor Productora, Mejor Realizador y Mejor Anunciante y se nombrarán 1º y 2º Finalista.

EL OJO LOCAL A LAS MEJORES PIEZAS

Mejores Piezas de Cine/TV, Gráfica y Radio por País /Zona

Se distinguirá a los Mejores Comerciales de Cine/TV, a los Mejores Anuncios de Gráfica y a los Mejores Spots de Radio de cada País/Zona participante, que hayan sido publicados o emitidos en ese País/Zona entre el 1º de enero de 2009 y 30 de septiembre de 2010.

Los países/zonas participantes son los siguientes: Argentina, Brasil, Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, Republica Dominicana), Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos (Hispano), México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Región Sur (Bolivia y Paraguay), Uruguay y Venezuela.

De este premio participarán todas las piezas inscriptas en El Ojo Classic teniendo en cuenta su país de emisión y/o publicación sin costo adicional.

Todos los trabajos inscriptos de un País/ Zona de un mismo medio participarán sin dividirse por categorías.

Por cada medio de cada País/ Zona se seleccionarán los tres mejores: Ganador, 1º y 2º Finalista.

PREMIOS ESPECIALES

MEJOR USO DE RECURSOS AUDIOVISUALES

Este premio está dividido en las siguientes categorías:

- Mejor uso de música
- Mejor fotografía
- Mejor animación
- 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.

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 Postales (FC):

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 Cine/TV, 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 si se implementa separar las piezas por el medio en el que fueron vehiculizadas:

- 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)

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

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:

- 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)

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

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.

E- COMPOSICION DEL JURADO Y FORMAS DE VOTACION

El festival incorpora desde este año una nueva instancia en su proceso de votación: se elegirá presidentes para los jurados de cada categoría quienes se reunirán en la Buenos Aires y elegirán, entre los oros seleccionados por los 200 jurados del premio (quienes también serán los encargados de escoger los platas, bronce y finalistas), los Grandes Ojos 2010. Los Presidentes de cada disciplina serán los responsables de establecer los lineamientos de trabajo, los criterios de votación, y actuarán como guía de los jurados durante el proceso de votación. Al mismo tiempo serán los encargados de contribuir al mejoramiento de uno de los sistemas de votación más innovadores y democráticos.

El Jurado esta integrado por reconocidos profesionales de la región que con su criterio, responsabilidad y compromiso reconocen a los mejores trabajos de la región.

El Ojo Classic será juzgado en tres grupos teniendo en cuenta los medios: Cine/TV, Gráfica y Radio / Vía Pública.

Para seleccionar los mejores trabajos Interactivos, de Innovación en Medios, de Marketing Directo, Promociones, Contenido, Campañas Integradas, Tercer Ojo y Relaciones Públicas se seleccionan profesionales especializados en cada disciplina que conformarán distintos cuerpos de jurados que votarán: El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo Contenido, El Ojo Campaña Integradas, El Tercer Ojo y El Ojo PR.

En tanto que el Jurado de El Ojo Local (Desempeño y Mejores Piezas) contará con un grupo de destacados profesionales de cada uno los países/zonas participantes más un número de jurados pertenecientes a otros países / zona que votarán lo mejor en cada uno de los países/ zonas asignados.

Para los Premios Especiales, el Festival contará con jurados especializados para cada una de las disciplinas.

El sistema de votación es interactivo.

Para cada edición del Festival, la organización produce uno o más DVDs-Rom con todas las piezas inscriptas, a través de los cuales cada jurado emitirá su voto.

Los Jurados de El Ojo Interactivo realizarán la votación de forma online.

En ningún caso un jurado podrá votar por sus piezas o por sí mismo. El sistema de votación se encuentra configurado para invalidar los auto-votos de cualquier miembro del jurado. En caso de detectar el procedimiento de auto-votación en forma constante por parte de alguno de los miembros del jurado, la organización procederá a invalidar todo lo actuado por el jurado en cuestión y perderá su pase Vip para asistir al festival.

Cada jurado puede juzgar atentamente y con el tiempo necesario desde su oficina o lugar que elija el material participante, e ir seleccionando a sus favoritos y luego realizar su votación y elegir a los mejores desde el mismo DVD en cada una de las etapas de votación. De esta manera se posibilita que cada jurado cuente con el tiempo necesario para juzgar atentamente, ya que vota en forma privada desde la tranquilidad del lugar que elija, y luego realice su votación final a través de internet.

Al mismo tiempo este sistema garantiza un premio genuino y transparente, ya que cada jurado vota de manera online y secreta sin las habituales presiones y movimientos políticos que normalmente se producen en las votaciones presenciales.

Cada jurado recibe el DVD-Rom con el material inscripto para ser juzgado y las indicaciones de los premios y categorías en las que debe votar.

Elección de Grandes Premios

El Festival ha decidido sumar una nueva instancia en su proceso de votación: un jurado especial compuesto por los presidentes de cada una de las categorías, que tendrá la labor de elegir entre los oros de cada

premio, los Gran Prix de cada disciplina, en Buenos Aires y durante los días del evento. El grupo de presidentes será anunciado próximamente, al igual de los más de 200 jurados representantes de toda industria de la región quienes serán encargados de elegir a través de uno de los sistemas de votación más innovadores y democráticos, como es el de El Ojo, los finalistas, oros, platas y bronce de cada una de las categorías del premio.

F- PUNTUACION Y PREMIACION

Los premios que suman puntos para los ranking y determinar El Ojo al Desempeño del Año son: El Ojo Classic, El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, El Ojo Contenido, El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo Campañas Integradas, El Tercer Ojo, El Ojo PR y los Premios Especiales: Postales Publicitarias, Mejor Uso de Recursos Audiovisuales, El Ojo Bicentenario, El Ojo Mundial y El Ojo Sustentable.

Grand Prix: 10 puntos

Oro: 7 puntos

Plata: 5 puntos

Bronce: 3 puntos

Finalista: 1 punto

Los Premios por País/ zona (El Ojo Local al Desempeño del Año y Mejores Piezas locales) no suman puntos a nivel regional. El Ojo Local al Desempeño surge a partir de la suma de puntos obtenidos por las piezas locales que hayan resultado: ganador y finalistas más los puntos obtenidos por todas las piezas que hayan resultado finalistas en El Ojo Classic (Cine/TV, Gráfica y Radio). Por otro lado las Mejores Piezas locales surgen del voto del jurado sobre los trabajos de Cine/TV, Gráfica y Radio que tengan un mismo país de emisión. La escala de puntuación es la siguiente:

Ganador: 7 puntos

1º Finalista: 5 puntos

2º Finalista: 3 puntos

Finalista: 1 punto

G- TROFEOS Y PREMIOS A ENTREGAR

Los participantes que hayan inscripto las piezas ganadoras a nivel iberoamericano de Oro o Gran Ojo (GP) recibirán en las Ceremonias de Premiación los trofeos correspondientes.

Las piezas ganadoras de Plata o Bronce recibirán un certificado que será enviado por la organización.

Los ganadores de Oro y Gran Ojo, en caso de no poder asistir o enviar a un representante, podrán reclamar los trofeos físicos hasta 30 días después de otorgados. Para ello deberá solicitarlos a la organización indicando los datos del courier a través del cuál gestionará por su cuenta y cargo el envío.

Los ganadores del premio El Ojo al Desempeño que hayan inscripto la cantidad mínima indicada de piezas recibirán un trofeo en caso de resultar ganador y un diploma en caso de ser finalista. En caso de querer una copia del trofeo deberán solicitarla al festival, e indicar los datos del courier a través del cuál gestionará por su cuenta y cargo el envío.

Sólo se invitará a subir al escenario a quienes reciban trofeos y hayan confirmado su presencia.

H- CEREMONIAS DE PREMIACION

En la Ceremonia de Premiación correspondiente a El Ojo al Desempeño Local solamente se invitará a subir a los premiados que hayan inscripto piezas y hayan confirmado su asistencia a la ceremonia con 24 horas de anticipación.

Los jurados que fehacientemente hayan completado todas las etapas de votación tendrán una acreditación Full que los habilitará a acceder en forma ilimitada al festival: Conferencias, Exposiciones, Entregas de Premios y Fiestas.

En todos los casos los ganadores deberán gestionar con la organización la adquisición de los pases para asistir a las Ceremonias de Premiación.

I- ATRIBUCIONES DE LA ORGANIZACIÓN

- La Organización se reserva el derecho de dividir una categoría cuando el número de inscripciones sea excesivo, a reunir dos o más categorías afines cuando el número de inscripciones no alcance el mínimo para establecer un criterio de evaluación, y a cambiar las piezas a una categoría más apropiada en el caso de considerarlo necesario.
- LatinSpots Internacional S.A. se exime expresamente de toda responsabilidad causada por cualquier daño y/o perjuicio sufrido por los participantes provenientes de: casos fortuitos, errores al realizar la inscripción o carga de materiales y/o fichas técnicas, razones de fuerza mayor, actos de terceros y/o cualquier otra responsabilidad que no pueda serle directamente imputable.
- La Organización no procesará ningún trabajo inscripto si no es acompañado del correspondiente pago de su inscripción y de todos los datos solicitados en las fichas de inscripción respectivas.
- Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y material inscripto en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a percibir por esto compensación alguna.
- Todo el material inscripto queda en poder del festival y es incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de El Ojo de Iberoamérica. Cada participante al inscribir el material, automáticamente autoriza a la Organización a la realización de presentaciones de premiación, programas de televisión, radio, internet u otros medios, y a utilizar el material o reproducciones del mismo en libros, revistas, folletos, sites o en cualquier otro medio de comunicación.
- La sola inscripción del material en el Festival El Ojo de Iberoamérica implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores.
- Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por LatinSpots Internacional S.A., y su decisión será inapelable.

(ENVIAR FIRMADA EN HOJA MEMBRETA DE LA EMPRESA)

Carta de Autorización

Fecha:/...../2010

Por medio de la presente dejo constancia que he leído el Reglamento correspondiente a la edición 2010 y acepto los términos y condiciones del mismo.

Al mismo tiempo autorizo a El Ojo de Iberoamérica / LatinSpots Internacional S.A. a publicar, emitir y/o reproducir el material gráfico y /o audiovisual inscripto por, para participar en el festival El Ojo de Iberoamérica 2010. El mismo podrá emitirse o publicarse en DVD's, en los sites www.elojodeiberoamerica.com y www.latinspots.com, en exposiciones y conferencias. El material enviado para la competencia también se podrá emitir en programas de televisión, y ser incluido tanto en el Anuario El Ojo de Iberoamérica como en las distintas ediciones de la revista LatinSpots.

Firma:

Aclaración:

Empresa:

Cargo: