



XXII FESTIVAL INTERNACIONAL

EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2019

Ve más allá

6, 7 Y 8 DE NOVIEMBRE | LA RURAL | PREDIO FERIAL DE BUENOS AIRES



EL OJO VÍA PÚBLICA (VP)

INFORMACIÓN GENERAL (VP)

El Ojo Vía Pública celebra las mejores ideas creadas para captar la atención del consumidor fuera de casa, en espacios públicos o privados, logrando así comunicar un mensaje de una forma atractiva y/o generar una experiencia de marca.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas por primera vez entre el 1º de enero de 2018 y el 7 de octubre de 2019.

En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña,

deberá inscribirla dos veces, una en forma individual y además como parte de una campaña (junto a otra/s pieza/s) en la misma categoría.

Las campañas compuestas por piezas convencionales y en formatos no convencionales participan en las categorías del grupo Otros formatos.

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

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una sola categoría de uno los dos (2) grupos dependiendo su formato:

Grupo A – FORMATOS CONVENCIONALES

Participan imágenes fijas, impresas o digitales, desarrolladas para formatos estándar de vía pública (carapantallas, vallas, gigantografías, backlight, transluminados, pantallas digitales, etc).

Las piezas participantes de este grupo podrán ser inscriptas como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios (VP1 a VP9).

Grupo B – OTROS FORMATOS

Participan imágenes impresas y digitales fijas o en movimiento que contengan una intervención o permitan una interacción generadas para formatos estándar como así también acciones y ambientaciones desarrolladas en la vía pública y/o espacios cerrados.

Los trabajos participantes de este grupo podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría de formato (VP10 a VP15).

CATEGORÍAS (VP):

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES

PRODUCTOS Y SERVICIOS

VP1 - Alimentos y bebidas.

Congelados, conservas, carnes, pescados, embutidos, huevos, leches, leches chocolatadas, bebidas a base de soja, yogures, quesos, cremas, mantecas, pastas, arroces, pizzas, salsas, sopas, aceites, vinagres, aderezos, especias, frutas, vegetales, harinas, azúcar, alimentos para niños, tortas, postres, mermeladas, dulce de leche, miel, panes, cereales, barras de cereales, frutas secas, galletitas, snacks, helados, chocolates, caramelos, chupetines, chicles, etc. Aguas minerales, aguas saborizadas, gaseosas, jugos, cafés, té, aperitivos a base de hierbas, bebidas energizantes, cervezas, cerveza sin alcohol, vinos, champagnes, sidras, vodkas, licores, whiskys, cocktails, aperitivos, bodegas, etc.

VP2 - Artículos de higiene personal y farmacéuticos.

Shampoo, acondicionadores, tinturas y productos para el cuidado del cabello, dentífricos, cepillos de dientes, jabones, cremas para manos y cuerpo, desodorantes, máquinas de afeitar, cremas de afeitar, toallas femeninas, papel higiénico, pañuelos de papel, algodón, repelentes, protectores solares, perfumes, productos de maquillaje y cuidado de la piel, medicamentos, desinfectantes, banditas, preservativos, test de embarazo, suplementos dietarios, productos de óptica, artículos ortopédicos, pañales para niños y adultos, productos para bebés, etc.

VP3 - Artículos y tecnología para el hogar.

Productos de limpieza, insecticidas, pomadas para zapatos, pinturas, colchones, artículos de ferretería, artículos de decoración, productos de jardinería, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, alimentos y productos para mascotas, etc. Grandes y pequeños electrodomésticos, equipos de audio y video, smart, reproductores de música, cámaras fotográficas, webcams, computadoras, laptops, tablets, consolas de videojuegos, impresoras, teléfonos fijos y móviles, auriculares etc.

VP4 - Automóviles.

Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatines eléctricos y/o a motor, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos.

VP5 - Compañías de servicios públicos, financieros y privados con fines de lucro.

Servicios de TV por cable y satelital, servicios de TV ondemand, aplicaciones para reproducción de música, servicios de empresas y servicios de telefonía, proveedores de Internet, compañías de servicios de agua, gas y electricidad, empresas de salud, coberturas médicas, servicios de courier, servicios de peaje, estaciones de servicio, colegios, universidades, centros de estudios, servicios de delivery online, etc.

VP6 - Comercios al público, supermercados y tiendas online.

Restaurantes, Fastfoods, cafeterías, bares, grandes tiendas, casas de artículos para el hogar, supermercados, kioscos, drugstores, peluquerías, lavanderías, ópticas, farmacias, inmobiliarias, concesionarias, tiendas de fotos, librerías y sitios online de venta directa al público, etc.

VP7 - Entretenimiento y turismo.

Diarios, revistas, libros, enciclopedias, discos, canales de TV, estaciones de radio, multimedios, programas de TV y de radio, series, documentales, realitys, agencias de comunicación, portales, buscadores de Internet, redes y app sociales, etc. Shoppings, 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, juguetes, monopatinés, bicicletas, indumentaria y accesorios, calzado, relojes, anteojos y lentes para el sol, valijas, compañías aéreas, trenes, autobuses, líneas de ferry y cruceros, servicios de alquiler de autos, aplicaciones de movilidad privada, sistemas de bicicletas compartidas, servicios y reservas de hospedaje, agencias de turismo, hoteles, promoción de ciudades y países, etc.

VP8 - Institucional, imagen corporativa y patrocinios. Responsabilidad Social Empresaria.

Campañas realizadas con el fin de elevar el perfil y construir la imagen de una marca. Campañas de RSE no basadas en productos, dirigidas a abordar temas sociales, éticos y ambientales.

VP9 - Bien público y mensajes gubernamentales.

Piezas realizadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados para obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación, etc. Campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - OTROS FORMATOS

VP10 - Formatos no convencionales.

Participan imágenes fijas impresas o digitales que contengan una intervención o permitan una interacción utilizando los formatos estándar de vía pública.

VP11 - Intervenciones.

Participan las piezas creadas para aprovechar y/o intervenir elementos y espacios de la vía pública de una manera no convencional, convirtiéndolos en un formato alternativo de comunicación.

VP12 - Ambientaciones.

Acciones e instalaciones realizadas en la vía pública como en espacios privados al aire libre y/o ambientes cerrados, donde las marcas buscan transmitir un mensaje transformando a los consumidores en espectadores.

VP13 - Instalaciones Interactivas. *NUEVA CATEGORÍA*

Acciones que aprovechan el uso de espacios en la vía pública como en espacios privados al aire libre y/o en ambientes cerrados, donde los consumidores son partícipes de la acción generando una interacción con el mensaje de la marca y logrando así sumergirlos en una experiencia de marca.

VP14- Carteles y afiches (Indoor).

Piezas gráficas desarrolladas en formatos estándar y no estándar para interiores de espacios públicos. En esta categoría, participarán tanto piezas individuales como campañas de hasta cuatro piezas.

VP15 - Pantallas digitales.

Piezas desarrolladas para pantallas digitales que utilicen imágenes en movimiento, contenidos animados, mapping, pantallas táctiles, tecnología de movimiento, redes sociales e integración móvil. Podrán requerir o no del compromiso activo del consumidor. Además, participan las piezas que, mediante el uso de la tecnología, la utilización de datos personalizados y contenido actualizable en tiempo real, logren generar una experiencia con el usuario.

FICHA TÉCNICA

- **Las fichas técnicas se cargan online a través del sitio de inscripciones.**
- Cuando se inicia la carga de una ficha existen dos campos obligatorios que deberá cargar para poder guardar la ficha. Ellos son: “Título”, “País Principal de Publicación, Emisión y/o Implementación” y “Anunciante”. En una segunda instancia, deberá llenar los campos obligatorios señalizados con un punto rojo para completar la carga de información. Además se solicitan datos adicionales que no son obligatorios, pero lo ideal es completarlos.
- Verificar si los datos cargados están correctos, ya que los mismos serán utilizados para el juzgamiento y la difusión y comunicación a la prensa de los finalistas y ganadores. Asimismo se utilizarán para la realización de los rankings respectivos.
- Para finalizar la inscripción de la pieza, una vez completos los datos, deberá modificar el campo “Estado de la pieza” al final de la ficha, de “Abierta” a “Cerrada”. La organización comenzará con el chequeo de las piezas con el estado “Cerrada”.
- No podrán realizarse cambios una vez finalizada la inscripción.
- **Archivos: Los archivos en formato .jpg y .mp3 requeridos para cada premio deberán cargarse al final de cada ficha técnica en el sitio de inscripción. En cambio, el material audiovisual en alta calidad correspondiente a cada pieza se enviará a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos.**

ENVÍO DE MATERIAL

Grupo A – FORMATOS CONVENCIONALES

MATERIAL OBLIGATORIO

- Piezas Individuales: 1 (un) archivo jpg.
- Campañas: Entre 2 (dos) y 5 (cinco) archivos .jpg dependiendo la cantidad de piezas de la campaña.

Grupo B – OTROS FORMATOS

MATERIAL OBLIGATORIO

- 1 (una) presentación gráfica o board (jpg)

MATERIAL OPCIONAL

- Hasta 4 (cuatro) archivos jpg adicionales.
- 1 (una) presentación audiovisual.

Recomendamos presentaciones de hasta 2 (dos) minutos, pero de ser necesario podrá ampliarla hasta 5 (cinco) minutos abonando un costo adicional. En caso de enviar una versión que exceda el tiempo de los 2

(dos) minutos, deberá enviarnos una versión reducida que no supere los 2 (dos) minutos para ser proyectada durante la ceremonia de premiación en el caso de que la pieza resulte premiada. De no enviarla, el festival realizará la edición correspondiente, a su criterio. La versión reducida debe enviarla a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos en el momento que realiza la inscripción y envía la versión larga.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Respetar las especificaciones técnicas y medidas solicitadas en este reglamento, le ayudará a hacer todo el proceso de inscripción de sus trabajos más fácil y rápido y le evitará tener que hacerlo más de una.

ARCHIVOS JPG

Se deberán cargar directamente en la ficha técnica de cada pieza en el sitio de inscripción.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ARCHIVOS .JPG	
FORMATO	.jpg
RESOLUCIÓN	300 dpi
PESO	Peso máximo: 8 MB
CALIDAD	Alta
MODO	RGB
TAMAÑO PIEZAS HORIZONTALES	Ancho: igual a 5900 px Alto: no debe superar 4100 px
TAMAÑO PIEZAS VERTICALES	Alto: igual a 4100 px Ancho: no debe superar 4100 px

ARCHIVOS AUDIOVISUALES

Se deberán enviar en alta calidad a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos. Deberá solicitar los datos de acceso a su [EJECUTIVO DE CUENTAS](#) una vez que se registre en el sitio de inscripción informando el código de inscripción (Número de 4 dígitos).

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS AUDIOVISUALES		
EXTENSIÓN	.mov	.mp4
COMPRESIÓN	Codec: Apple ProRes 422 (LT) Full HD	Codec: H264
PESO	Máximo: 1 GB	
CALIDAD	Alta (máxima calidad)	
TAMAÑO	1920x1080(preferentemente) o 1280x720. En caso de que una pieza no haya sido creada en formato 16:9, podrán enviarnos el archivo full pantalla en tamaño original.	
SONIDO	Descomprimido - 48 hz	
CANAL	Stereo	