



EL OJO *news*

25

Suplemento de noticias *El Ojo de Iberoamérica*. Publicado por *LatinSpots*.

AÑO 5 / EDICION 25 - 3 de noviembre de 2009
Buenos Aires, Argentina. Distribución Gratuita

Reserva de espacios publicitarios próximas ediciones:
T: +5411 4576 5335. C: elojonews@elojodeiberoamerica.com

Ganadores Premios Especiales

Brasil, Argentina, Ecuador y USA, reconocidos

En este número todos los ganadores de Mejor Uso Recursos de Audiovisuales y Postales Publicitarias.

Galería de fotos

Los mejores momentos en un flash

En su primer día, *El Ojo* recibió a reconocidos profesionales de la industria. Todos los encuentros en fotos.

Segundo día de conferencias

Llegan Jones, Draft, Grupo W, Doshi y Lindenberg

Hoy, la segunda jornada del Ciclo de Conferencias de El Ojo 2009 con las mentes más destacadas.

Agenda Martes 3

9.00 Apertura de área de Exposiciones, Stands, Salas de Prensa y Sala de Proyecciones.

9.00 a 13.00 y 14.00 a 18.00 Proyección de finalistas: El Ojo Innovador, Promo, Directo, PR, Contenido, El Tercer Ojo y Campaña Integrada y Cine/TV. **Salón Pacífico B.**

10.00 Conferencia: "*Creando lo bueno*". Por David Jones, CEO de Euro RSCG y Havas Worldwide. **Salón Pacífico A.**

11.30 Conferencia: "*Cuando los segundos cuentan*". Por Howard Draft, executive Chairman de Draftfcb Worldwide. **Salón Pacífico A.**

14.30 Conferencia: "*Cohetes en la luna. Marcas que viven en digital*". Por Kumar Doshi, el director Global de Creatives Solutions y BEET (Branded Experiences and Entertainment Team) de Microsoft Advertising. **Salón Pacífico A.**

15.30 Conferencia: "*The Magical Mystery Click*". Por Ulises Valencia y Miguel Calderón, socios fundadores de Grupo W. **Salón Pacífico A.**

17.00 Conferencia: "*Un nuevo Brasil. Y una nueva publicidad que aún no ha llegado*". Por Ruy Lindenberg, VP y director general creativo de Leo Burnett Brasil. **Salón Pacífico A.**

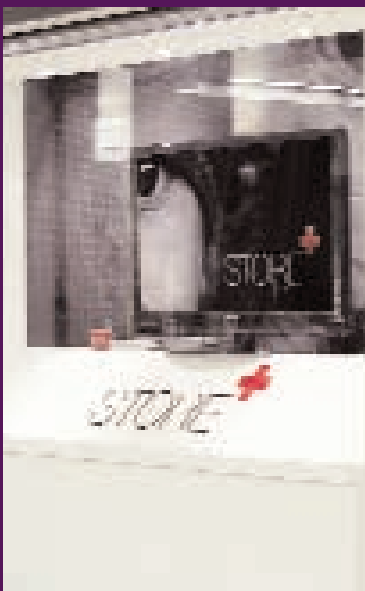
19.00 Acreditación Ceremonia de Premiación.

19.15 Cocktail. **Salón Pacífico B.**

22.00 Ceremonia de Premiación. El Ojo Local Piezas y Desempeño y El Ojo Interactivo. **Salón Pacífico A.**

23.15 Cocktail y fiesta. Artista invitado. **Salón Pacífico B.**

Grandes premios para Portugal y Uruguay



La tienda que vende esperanza para Cruz Roja y Primer museo efímero del mundo para Diageo de Leo Burnett Lisboa se quedaron con El Gran Ojo Directo y El Gran Ojo Promo, respectivamente. En tanto, Hecha toda en lapicera, de Cámara/TBWA para Bic se llevó El Gran Ojo Innovador.

Arrancó el Ciclo de Conferencias 2009

La visión de las mentes más brillantes de la industria

Carlos Pérez, Fernando Campos, Juan Carlos Gómez de la Torre, Miguel Olivares, Juan Pablo Manazza y la gente de CIE y Movistar compartieron con el público asistente su mirada sobre la comunicación hoy.



En esta edición, todos los finalistas de El Ojo Interactivo y El Ojo Local



¿Dónde más vas a encontrar
13 millones de personas atentas
a lo que tenés para decirles?

Publicitar en Windows Live
y MSN es el modo más efectivo,
novedoso y creativo
de llegar a quien querés llegar.

Tu target
te espera.
Conectate.



publicidad.microsoft.com/argentina

 Microsoft Advertising

 Windows Live Hotmail

 Windows Live Messenger

 msn



EURO RSCG WorldWide. Una red unida por los éxitos.





Un trinomio al poder

El primer día de El Ojo de Iberoamérica arrancó con una sala colmada que se reunió para escuchar "Teocracia, democracia y ludarquía", una conferencia excepcional brindada por Carlos Pérez, presidente de BBDO Argentina.

En una conferencia nutrida por el bagaje de unas de las mentes más destacadas de la comunicación regional, Carlos Pérez brindó una mirada única sobre la industria. El resultado fue el asombro del público que ovacionó la profundidad y maravillosa capacidad del creativo para comprender los fenómenos de comunicación que nos rodean.

Inédito, el análisis de Pérez partió desde la neurociencia, paseó por la literatura, evocó a filósofos de la talla de Platón, sorprendió con Queen, logró la reflexión con un tape de Mirta Legrand, emocionó con Barack Obama, desestructuró junto a YouTube e inspiró con su capacidad para hacer confluír todos estos aspectos en la publicidad, y condensar la historia de la comunicación en tres conceptos: Teocracia, democracia y ludarquía.

TEOCRACIA, LOVEMARKS

La teocracia, el primero de los sistemas, es el que refleja una sola persona - gobernante y líder espiritual- que ejecuta la voz y sólo la cede para dirigir la voz de sus seguidores como el director de una orquesta. *"Es el caso de Freddy Mercury orquestando a una multitud cantando Love of my life"*, citó Pérez y aseguró: *"esta misma relación de poder funciona en la publicidad. Existe una marca que detenta el poder, se posiciona como líder y gobierna el consumo. Es un caso que sobrevive en la actualidad: Observen a Steves Jobs presentando un nuevo producto de Mac, emplea la forma de hablar de un líder espiritual. Observen a sus fieles consumidores, hacen fila bajo la lluvia para no quedarse sin su i-Phone. El símbolo que resume todo esto es el de Lovemark y el concepto que sintetiza el perfil del consumidor de estas marcas es el de fan, sujeto silencioso, obediente y fiel; la marca sólo recibe amor"*



DEMOCRACIA, FOROS

¿Pero qué pasa cuando la relación de poder se quiebra? Surge una democracia, donde los individuos ejercen sus derechos; el gobierno se convierte en foro y los consumidores (fans en la democracia) se vuelven ciudadanos consumidores co-gobernantes. Es el caso de Facebook, donde los miles de personas votaron los términos y condiciones de los usuarios; es la campaña de NikéID; el final de una serie dirigida por los espectadores; es un usuario de United Airlines subiendo a YouTube *"United break guitars"*, un video visto por cinco millones de personas, creado luego de que la compañía rompiera una guitarra y no respondiera por eso; es un medio que permite que un pensamiento interno sea audible por todos. Es, en síntesis, la incomodidad de los gerentes de marketing; la incomodidad del profesional creativo que se encuentra con un comercial de Doritos creado por el consumidor en la pauta del Súper Bowl que cotiza el segundo más caro del mercado.

LUDARQUÍA AL PODER

"¿Qué hacer? Aceptarlo". Pérez explicó que es necesario entender que el consu-



midor se ha vuelto un *"cazador furtivo"* de campos que no ha creado, que *"arrebata los bienes de Egipto de ellos construyendo su propio significado"*, según citó Pérez y ejemplificó con los contenidos tomados de la web por los usuarios y transformados a su medida ¿para qué? Para jugar, para divertirse, por que sí.

Así, el sistema se vuelve una Ludocracia, donde las marcas se caracterizan por una acefalía espiritual y un *"des-gobierno"*. *"Esto parece negativo, pero no lo es, porque al final del juego, uno se levanta y sigue caminando"*.

Pero lo ideal, es conjugar estas formas de gobierno. En el caso de Barack Obama, se observa que conviven todas las formas: él es un gobernante y también, líder espiritual (teocracia); su campaña fue construida democráticamente con el apoyo de miles de individuos (democracia) y a partir del contenido que creó, los cazadores furtivos hicieron su trabajo (ludarquía): *"En el video Yes we can, creado por el cantante de Black & Peace, un discurso de Obama se convierte en una canción, y luego en ganador de un Grand Prix de Cannes. Nadie se lo pidió, lo hizo porque sí"*.



LOS DESAFÍOS DE LA PUBLICIDAD DE HOY

La reconciliación entre el orgullo creativo y el consumidor emergente

Un auténtico *planner* con la mirada enfocada en lo que viene, Aloisio Pinto basó su conferencia en uno de los temas más relevantes de la comunicación brasileña y latina en la actualidad: la inserción al mundo del consumo de la clase emergente. Luego de describir a este grupo de consumidores, presentó algunas ideas para poder llegar a él.

En su conferencia denominada *"El potencial creativo no logrado que ofrece el consumidor emergente"*, Aloisio Pinto habló sobre los desafíos de la publicidad de hoy, aquellos retos con los que las agencias deben aprender a lidiar para continuar formando parte del mercado. El SVP de Planeamiento Estratégico de McCann Erickson Brasil realizó una descripción minuciosa sobre aquel grupo llamado consumidor emergente y sobre la forma en la que se lo puede abordar.

"Los consumidores emergentes son aquella masa inmensa en América Latina que antes estaba fuera de la línea de consumo y hoy consume", afirmó Aloisio

Pinto en la apertura de su exposición. Además, mostró a todo el público imágenes de lo que se suponía describía al común de los consumidores emergentes: personas sin sueños, sin visión de futuro, comiendo lo necesario para vivir, sin educación tecnológica, etcétera. Sin embargo, el publicista brasileño mostró nuevos retratos para dar un buen ejemplo de el prototipo que intentan sacudir. De esta forma, proyección en la pantalla fotos de gente con leyendas que presentaban al ocio como momento fundamental, la existencia de creer en el futuro y un hogar propio, entre otras.

Con la idea de abordar la atención en un nuevo sentido de progreso, Pinto mostró

la necesidad de reasegurarle a éstos consumidores que no son un segmento diferentes sino que forman parte.

En este sentido, aseguró que es imprescindible incorporar los códigos y reapropiarlos. *"Hoy en día, el consumidor emergente representa más del cincuenta por ciento de la población y gran parte de nuestro trabajo será para ellos. Ahora hay que hacer un enfoque y respondernos: ¿cómo acabar con nuestro orgullo creativo y reconciliarlo con el consumidor emergente?"*, finalizó el SVP de Planeamiento Estratégico de McCann Erickson Brasil en el primer día del Ciclo de Conferencias de El Ojo de Iberoamérica 2009.





Cómo decodificar el ADN digital

El primer día del El Ojo culminó con Atrápalos si puedes!, la conferencia sobre nativos digitales brindada por Juan Pablo Manazza, director general creativo de Wunderman Argentina. El creativo dio excelentes ejemplos sobre cómo atraer a las nuevas generaciones.

“No voy a explicarles qué hay en internet porque ustedes ya lo saben”.

Aunque su charla se trató sobre medios digitales, Manazza desechó la idea de hablar sobre internet. En cambio, prefirió dedicarse a sus hijos, dos adolescentes multitasking, amantes de marcas, sensibles, en pleno proceso de cambio y con un futuro difícil de vislumbrar al paso que avanza la tecnología.

¿Dónde queda la publicidad tradicional? ¿Cómo atrapar a estas generaciones? *“Los nativos digitales son love markers y una de las formas de atraparlos es ofreciéndoles un espacio donde volcar todo ese amor. Eso es lo que deberían estar haciendo los medios digitales”*, explicó Manazza.

Ante una audiencia plena y atenta, el conferencista reveló sus reglas básicas para atraer a los nativos digitales. Entre algunas de

los puntos, destacó la importancia de explorar los juegos en red, *“Dell realizó una campaña montando carpas en a las puertas de universidades con juegos en red. Así, los chicos probaron las computadoras, jugando”*.

Además, destacó la importancia de la creatividad más allá de los formatos. Así llegó a citar excelentes campañas que lograron atraer a los más jóvenes en los lugares más inesperados, como un museo: la Tate Modern invitó a doce bandas de música a elegir una obra exhibida que los inspirara a crear un nuevo track. Luego, los chicos fueron al museo y escucharon, por ejemplo, el tema creado por Chemical Brother frente a las obras de Jacob Epstein.

Como ejemplo de un verdadero salto en la comunicación, el creativo citó el lanzamiento del nuevo modelo GTI de Volkswagen, sin la creación de ninguna



publicidad. Se trató de aplicación de un juego del auto para bajar al iPhone.

“Pero, ¿todo tiene que digitalizarse? La NASA invirtió miles de dólares en el desarrollo de una lapicera capaz de bombear tinta hacia abajo en un ambiente sin gravedad. Los astronautas rusos usan un lápiz”. Así explicó Manazza el valor de los recursos analógicos. El creativo fue despedido con el agradecimiento del público y una gran ovación.

EL FUTURO DE LA RADIO HOY

Ahora, el locutor es el oyente

Diego Ripoll, conductor del programa “Último bondi”, junto a Raquel García Haymes, de Movistar y Analía Tiévoli y José Ignacio Dotro de CIE Argentina, conversaron junto al público de El Ojo de Iberoamérica sobre el futuro de la radio.

Ante los cambios tecnológicos y los nuevos hábitos de consumo, Analía Tiévoli, Gerente Comercial y de Marketing de CIE Argentina, advirtió *“la importancia de resetearse, recibir el contenido generado por los oyentes y encontrar un partner de tecnología, como Movistar”*.

“Como resolución, entendimos que debíamos saber qué es lo que nuestros consumidores esperan de nosotros y descubrimos que no quieren que se les hable con la verdad absoluta, sino, que se establezca una conversación con ellos. El consumidor quiere formar parte de una comunidad, y



así nació el concepto de Comunidad Movistar, donde nos pusimos a la par de nuestros consumidores. Creo que todas deberían ser wikimarcas, pero de corazón,

por eso intuyo que vamos hacia algo muy auténtico”, expresó García Haymes.

“Último bondi tiene el mismo espíritu: queremos que el consumidor sienta que puede construir algo con nosotros”, explicó Dotro y Ripoll, agregó: *“creo que debemos desacralizar el papel del comunicador. Está claro que no somos popes, sino oyentes con la posibilidad de estar del otro lado”*

Respecto al futuro, el locutor dijo: *“La radio es inmortal, es irremplazable, por eso cualquier mensaje apocalíptico sobre este medio, me tiene sin cuidado”*.





LOS FUNDADORES DE TRES DE LAS AGENCIAS LATINAS MÁS DESTACADAS

Diversión, felicidad y constancia

Fernando Campos, Juan Carlos Gómez de la Torre y Miguel Olivares estuvieron presentes en el primer Ciclo de Conferencias de El Ojo de Iberoamérica 2009. A lo largo de la charla, cada uno tuvo su momento para profundizar en la visión de sus agencias independientes y sobre sus aprendizajes en la industria.



El Ojo de Iberoamérica 2009 recibió, en su primer día, a tres publicitarios que se encuentran al frente de empresas independientes más destacadas de la región. Fernando Campos, fundador de SantaClaraNitro Brasil; Juan Carlos Gómez de la Torre, fundador de Spectacular Holistic Circus Perú; y Miguel Olivares, fundador de La Despensa España.

Con sólo tres años de vida, SantaClaraNitro Brasil ha sabido ganarse su lugar en la industria publicitaria. En el primer día del Ciclo de Conferencias de la doceava edición de El Ojo, su fundador Fernando Campos habló de la importancia de la integración de todos los que forman parte de las agencias: "hay que integrar los brazos de la publicidad y naturalizar el proceso de

integración". Además, hizo un claro hincapié en la diversión como parte fundamental del trabajo. "Nada funciona si uno no se divierte. Las piezas necesitan diversión y alegría", sostuvo Campos quien, aseguró, "la gente está loca por contar historias".

Por su parte, Juan Carlos Gómez de la Torre, se encargó de profundizar en la visión de Circus a través de algunos mandamientos o reglas claras. En primer lugar, manifestó su creencia de buscar generar felicidad y, de esta forma, se garantizará una experiencia enriquecedora. Luego, enumeró los primeros principios claves, entre los que se encontraron: "Hacer brillar a nuestra gente y a nuestros clientes", y "Romper con la inercia". Además, enfatizó: "es fácil caer en la repetición y seguir la tendencia. Tenemos que en-

tender la forma en la que podemos comunicar de una manera distinta y evitar las repeticiones". Entre sus puntos más importantes, también remarcó "Ser brillantemente obvio", "Buscar la verdad de la milanesa" y "Tocar el nervio anal".

La tercera parte de la conferencia fue para el español Miguel Olivares, quien fundó La Despensa España, hace casi siete años. "Todo esto se lo agradecemos a esa señora de la foto que, durante dos años y diez meses le puso una gotita de veneno para hormigas a la sopa de su marido y terminó matándolo. Eso es constancia", afirmó Olivares, quien hiló fino en la constancia, en los errores y en la perseverancia de intentar acertar una y otra vez para llegar al objetivo que se busca.

MacStation

Encontrá en MacStation toda la línea de productos Apple: Mac, iPod, iPhone, y la más completa gama de accesorios.

Buenos Aires | Martínez: Ultra Center Shopping | Córdoba: Palermo Soho | Puerto Madryn: Comandante Espora
Rosario: Portal Rosario Shopping | Rosario: Shopping del Siglo | Córdoba: Coming soon

www.macstation.com.ar | Venta web | Envíos a todo el país





Conferencias | Martes



10.00 HS - DAVID JONES



Creando lo bueno

El CEO de Euro RSCG y Havas Worldwide compartirá su mirada sobre la importancia de la creatividad para el crecimiento empresarial y el valor de la conciencia y el cambio. A través de historias sobre sus campañas con clientes de Euro RSCG, David Jones hará hincapié en las formas que se pueden adoptar para ser creativos y así poder llegar a las cabezas y a los corazones de los consumidores.

11.30 HS - HOWARD DRAFT



Cuando los segundos cuentan

Al momento de convencer a los consumidores de la importancia de la marca, es imprescindible simplificar y elevar las ideas creativas. El Executive Chairman de Draftfcb Worldwide mostrará cómo conectarse con los clientes para brindarles resultados en el nuevo orden mundial del marketing.

14.30 HS - KUMAR DOSHI



Cohetes en la luna. Marcas que viven en digital

Experto en contenido para marcas en la era digital, el Director Global de Creatives Solutions y BEET (Branded Experiences and Entertainment Team) de Microsoft Advertising hablará sobre los cambios a los que están adaptándose las agencias para recibir a clientes que plantean nuevos desafíos.

15.30 HS - ULISES VALENCIA Y MIGUEL CALDERÓN



The Magical Mystery Click

Los socios fundadores de Grupo W hablarán sobre la experiencia de ser una agencia que, a lo largo de su primera década, se ha sabido ganar el respeto de la industria mundial. Como sostienen sus creadores, la agencia está formada por un grupo de idealistas que creen en lo que hacen y compartirán en el Ciclo de Conferencias de este año su conocimiento y visión del mundo digital y publicitario.

17.00 HS - RUY LINDENBERG



Un nuevo Brasil. Y una nueva publicidad que aún no ha llegado

En este segundo día del Ciclo de Conferencias, el vicepresidente y DGC de Leo Burnett Brasil compartirá toda su visión y experiencia con la industria publicitaria de la región. En un momento de crisis en el que el consumidor está más exigente, Lindenberg hablará también sobre los nuevos medios y la enorme oportunidad que tienen para la comunicación.



TODOS LOS RESULTADOS DE LA PRIMERA CEREMONIA DE PREMIACIÓN DE EL OJO 2009

Ganadores

El Ojo Innovador, El Ojo Promo, El Ojo Directo, El Ojo Contenido, El Ojo PR y Premios Especiales (Uso de Recursos Audiovisuales y Postales Publicitarias).

Al cierre de la primera jornada del festival El Ojo 2009 se conocieron los ganadores de los premios a la innovación en medios, marketing promocional, marketing directo, contenido para marcas y mejores casos de relaciones públicas. Además de mejor uso de recursos audiovisuales y mejores postales publicitarias. Lo que sigue es el listado completo de piezas y casos galardonados. Los mismos se pueden ver, online a través del sitio del festival y en la Sala de Proyecciones del Salón Pacífico B.

GANADORES | EL OJO INNOVADOR

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Hecha toda en lapicera	Cámara / TBWA	Bic Uruguay	Lapiceras	Uruguay
CM1 - Cine / TV					
ORO	Crear o no creer	McCann Erickson España	Fundación Curarte	Fundación Hospitales Infantiles	España
ORO	Recuerdos	Toro Mora / Fischer América	Ford Colombia / Fondelibertad	Campaña contra el secuestro	Colombia
PLATA	Sobreimposiciones	Pagés BBDO		Tiendas La Sirena	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Dirige a tu equipo	Conill Saatchi & Saatchi	T-Mobile USA	T-Mobile	Estados Unidos (Hispano)
CM2 - Gráfica					
ORO	Hecha toda en lapicera	Cámara \ TBWA	Bic Uruguay	Lapiceras	Uruguay
PLATA	Coma este anuncio	Loducca	MTV Brasil	Dossiê do Universo Jovem	Brasil
BRONCE	Toda imagen tiene un sonido	DDB Brasil	Saxsofunny	Zezinho Mutarelli / Raquel Magliari	Brasil
CM3 - Radio					
ORO	La radio grabada en el baúl	Lowe Ginkgo	Renault Uruguay	Renault Symbol	Uruguay
PLATA	No es para ti	JWT San Juan	Ford Motor Company Puerto Rico	F-150	Puerto Rico
BRONCE	No me digas que no	McCann Erickson Colombia	Wyeth Colombia	Condomes Today Long Action	Colombia
CM4 - Vía Pública					
ORO	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
PLATA	Monedas	DDB Brasil	WWF Brasil	Institucional	Brasil
BRONCE	Maratón	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	DHL Argentina	DHL Express	Argentina
CM5 - Medios Alternativos					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Cunas	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Regular	España
BRONCE	Habitación Doritos	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Doritos	Argentina
BRONCE	Helipad	Ponto de Criação	Daimler Brasil	Mercedez Benz / Mercedez-Benz E Class	Brasil
CM6 - Mix de Medios					
ORO	Encuentro	McCann Erickson España	Coca Cola España	COCA COLA REGULAR	España
ORO	Matte do Tom Cruise	SantaClaraNitro	Leão Junior	Matte Leão	Brasil
PLATA	Consortios unidos	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Bgh Argentina	Division climatizacion	Argentina
PLATA	El cuarto de Carlitos	JWT Centroamérica y Panamá	Kraft Foods Costa Rica	Gelatinas Royal	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
CM7 - Acciones en el espacio público					
ORO	Expendedora de agua sucia	Casanova Pendrill	Unicef USA	Dirty Water	Estados Unidos (Hispano)
PLATA	Cancha alta definicion	Grey / Maruri	Sony Ecuador	Sony Bravia	Ecuador
BRONCE	Los calzones de Nadal	La Despensa Buenos Aires	La Despensa		Argentina
BRONCE	Piratería	Leo Burnett Guatemala	FOMPI	FOMPI	Centroamérica y Caribe
CM8 - Sponsorship					
PLATA	Phone star	JWT San Juan	Centennial	Wireless	Puerto Rico
PLATA	Ponete la roja	DDB Argentina	Puma Argentina	Indumentaria Oficial del Club Atlético Independiente	Argentina
BRONCE	Destapados	Havas Sports & Entertainment	Coca Cola Argentina	Copa Cola Cola	Argentina

EL OJO **news**
TODOS LOS RESULTADOS DE LA PRIMERA CEREMONIA DE PREMIACIÓN DE EL OJO 2009
GANADORES | **EL OJO DIRECTO**Premio Auspiciado por: **AnimalPrint**

Premio	Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País de emisión / publi
GRAN OJO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Lisboa / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda que vende esperanza	Portugal
MD1 - Correo Directo					
PLATA	Cartón de breakdance	Lowe/SSP3	Red Bull	Burn Out Street	Colombia
BRONCE	Mascotas	Vitruvio Leo Burnett	WWF Adena	WWF	España
MD2 - Medios Masivos Audiovisuales (Cine/ TV, Radio, Gráfica y Vía Pública)					
ORO	Coma este anuncio	Loducca	MTV Brasil	Dossiê do Universo Jovem	Brasil
PLATA	Torres depósito amigo	Contrapunto Madrid	Banco Gallego		España
BRONCE	Cinta	Loducca	Nextel	Corporativo	Brasil
MD3 - Medios Digitales (Internet / Celulares)					
ORO	El mejor amigo del hombre busca amigos	JWT Centroamérica y Panamá	Refugio Cielo Verde	Refugio para perros	Centroamérica y Caribe
PLATA	Bajo presupuesto	Wunderman Buenos Aires	Lan Argentina S.a	Lan.com	Argentina
BRONCE	Serpiente	McCann Erickson España	Greenpeace España	Conservación de los últimos bosques primarios	España
MD4 - Medios Alternativos					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Lisboa / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Agua Sucia por 1 dólar	Casanova Pendrill	Unicef USA	Dirty Water	Estados Unidos (Hispano)
BRONCE	Latas	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Punto	Argentina
MD5 - Acciones en el campo					
ORO	Primer Museo Efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
PLATA	Maratón	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	DHL Argentina	DHL Express	Argentina
BRONCE	Barra	McCann Erickson España	Yell Publicidad	paginasamarillas.es	España
MD6 - Campaña Integral de Marketing Directo					
ORO	Torres depósito amigo	Contrapunto Madrid	Banco Gallego		España
PLATA	El mejor amigo del hombre busca amigos	JWT Centroamérica y Panamá	Refugio Cielo Verde	Refugio de perros	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Consortios unidos	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Bgh Argentina	Division Climatizacion	Argentina
BRONCE	Ilimitado	JWT San Juan	Centennial	Wireless	Puerto Rico
MD7 - Mejor Acción generadora de ventas para la marca					
ORO	Consortios unidos	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Bgh Argentina	Division Climatizacion	Argentina
PLATA	El cuarto de Carlitos	JWT Centroamérica y Panamá	Kraft Foods Costa Rica	Gelatinas Royal	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Fábrica de juguetes	Pagés BBDO	Tiendas La Sirena	Departamento de juguetes	Centroamérica y Caribe
MD8 - Mejor Acción generadora de fidelidad y/o construcción de marca					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
BRONCE	El Silbo Gomero	La Despensa	busuu.com	Página web de aprendizaje de idiomas	España

GANADORES | **EL OJO PROMO**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	El primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Lisboa / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
PM1 - Promociones en el punto de venta					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Agua Sucia por 1 dólar	Casanova Pendrill	Unicef USA	Dirty water	Estados Unidos (Hispano)
BRONCE	Tags	Pagés BBDO	ARS Humano	Seguros de Salud	Centroamérica y Caribe
PM2 - Eventos Auspicios y Patrocinios.					
ORO	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
PLATA	El elegido	FiRe Advertainment Colombia	Bancolumbia	American Express	Colombia
BRONCE	12 Campanadas	Mccann Worldgroup	Mastercard España	Mastercard	España
PM3 - Promociones de descuentos y Bonificaciones					
ORO	Half price	Ponto de Criação	Daimler Brasil	smart	Brasil
PLATA	Clasificados honestos	Mayo Drafftcb Perú	Novautos	Promoción sin cuota inicial	Perú
BRONCE	Cactus	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Toyota Puerto Rico	Incredible venta Toyota	Puerto Rico
PM4 - Premios y Recompensas. Sampling y Packaging.					
ORO	Phone star	JWT San Juan	Centennial	Wireless	Puerto Rico
PLATA	Convocame	Kausa Central Creativa	Claro Paraguay	Claro	Reg.Sur(Bolivia/Paraguay)
BRONCE	Máquina vending	Mccann Worldgroup	Coca Cola España	Coca Cola	España
PM5 - Promociones Integradas					
ORO	Torres depósito amigo	Contrapunto Madrid	Banco Gallego		España
PLATA	Consortios unidos	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Bgh Argentina	Division Climatizacion	Argentina
BRONCE	Con poco me lo monto	McCann Erickson España	Coca Cola España	Fanta	España
PM6 - Lanzamiento de producto.					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Torres depósito amigo	Contrapunto Madrid / Contrapunto Madrid	Banco Gallego	Depósito Amigo	España
BRONCE	Mancha virtual	Leo Burnett Argentina	Samsung Argentina	Samsung F480 Touch Wiz	Argentina
PM7 - Posicionamiento					
ORO	Band Aid AH	JWT Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Band-Aid Alexandre Herchcovitch	Brasil
ORO	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
PLATA	El cuarto de Carlitos	JWT Centroamérica y Panamá	Kraft Foods Costa Rica	Gelatinas Royal	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Sobreimposiciones	Pagés BBDO	La Sirena	Tiendas La Sirena	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Taxi rockola	Sancho BBDO	General Motors Colombia	Taxi 7.24 Chevrolet	Colombia
PM8 - Activación					
ORO	Tags	Pagés BBDO	ARS Humano	Seguros de Salud	Centroamérica y Caribe
PLATA	Fábrica de juguetes	Pagés BBDO	La Sirena	Departamento juguetes	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Devolvele la gaita al taxista	Publicis Graffiti	Publicis Graffiti	Institucional	Argentina



GANADORES | EL OJO CONTENIDO

Premio	Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País de emisión / publi
CT1 - Cine / TV					
BRONCE	El análisis que cambiará la ley	McCann Madrid Healthcare	Asociación Española Contra El Cáncer Documental Tabaco		España
CT4 - Digitales					
BRONCE	El Corolla de Filippo	DDB Worldwide Colombia	Toyota Colombia	Corolla	Colombia
CT5 - Product Placement					
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
CT6 - Eventos de Marcas					
PLATA	Primer Museo Efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
BRONCE	Los felinos de la noche	FiRe Advertainment / Alma DDB	State Farm Usa	Institucional	Estados Unidos (Hispano)

GANADORES | EL OJO PR

Premio Auspiciado por:



Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
PR1: Acciones para el consumidor					
ORO	Mil casmurros	LiveAD	Rede Globo	Mini serie Capitu	Brasil
PLATA	Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
BRONCE	El análisis que cambiará la ley	McCann Madrid Healthcare	Asociación Española Contra El Cáncer Documental Tabaco		España
BRONCE	Green is the new black	JWT San Juan	Méndez & Co.	Heineken	Puerto Rico
PR2: Acciones corporativas					
ORO	Encuentro	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola	España
ORO	La tienda que vende esperanza	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Cruz Vermelha Portuguesa	La tienda de la esperanza	Portugal
PLATA	Nos regalamos a nosotros mismos	Vitruvio Leo Burnett	Vitruvio Leo Burnett	Accion Navidad	España
BRONCE	Lanzamiento Claro Argentina	Feedback / Euro RSCG Buenos Aires		Claro	Argentina
PR3: Manejo de Crisis					
ORO	El mejor amigo del hombre busca amigos	JWT Centroamérica y Panamá	Refugio Cielo Verde	Refugio de perros	Centroamérica y Caribe

GANADORES | POSTALES PUBLICITARIAS

Premio Auspiciado por: LOOK-TAKE

Premio	Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País de emisión / publi
FC1 - Productos					
ORO	Cámara	JWT Chile	Mattel Chile	Scrabble	Chile
BRONCE	Balón	Toro Mora / Fischer América	R. Sport	Balón	Colombia
BRONCE	Mica com CD	Fischer + Fala!	FEMSA Cerveja Brasil	Cerveza Heineken	Brasil
FC3 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.					
PLATA	Box	wAso	Circulo de Creativos Argentinos	Portfolio Night 7	Argentina
PLATA	Karate	wAso	Circulo de Creativos Argentinos	Portfolio Night 7	Argentina
BRONCE	Guerra	wAso	Circulo de Creativos Argentinos	Portfolio Night 7	Argentina
FC4 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos.					
PLATA	Cocaina	Toro Mora / Fischer América	Presidencia de la República de Colombia	Colombia Joven	Colombia
BRONCE	Raspe y gane	Ogilvy Brasil	GRAACC	Institución sin fines de lucro de combate al cáncer infantil.	Brasil
BRONCE	Sutura	Harold Zea & Asociados	Unicentro Colombia	Unicentro Bogotá	Colombia
BRONCE	Una postal de vida	Leo Burnett Colombiana	Cruz Roja Colombiana	Donación de sangre	Colombia
FC6 - Campañas					
ORO	Rebanadas	JWT Chile	Mattel Chile	Scrabbel	Chile
PLATA	Mensaje de texto	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Blue&me Fiat	Brasil
BRONCE	Bomba gigante (Bumba Metro)	Toro Mora / Fischer América	Comestibles Aldor	Bumba Metro	Colombia
BRONCE	Tipografía	Contrapunto BBDO Barcelona	Complot Escuela de Creativos	Curso de Tipografía	España

GANADORES | MEJOR USO DE RECURSOS AUDIOVISUALES

Premio	Pieza	Agencia	Productora	Anunciante	Producto	País
PP1 - Música						
GANADOR	Himno	Grupo Gallegos	Acme Filmworks	Comcast	Cable Latino	Estados Unidos (Hispano)
PP2 - Fotografía						
GANADOR	Lluvia (La Fabril)	McCann Erickson Ecuador	Vértigo Films	La Fabril	Detergente Ciclón	Ecuador
PP3 - Animación						
GANADOR	Happy Kingdom	Ogilvy & Mather Argentina	Passion Pictures	Coca Cola Argentina	Coca Cola Zero	Argentina
PP4 - Efectos audiovisuales y postproducción						
GANADOR	Perro Pez	Almap BBDO	Revolución	Volkswagen Brasil	SpaceFox	Brasil

Leo Burnett Lisboa la gran ganadora de la noche

En la entrega de premios a la mejor creatividad en medios, marketing promocional, marketing directo, contenidos para marcas y casos de relaciones públicas, Leo Burnett Lisboa fue la protagonista, quedándose con dos de los tres Gran Prix entregados, el Gran Ojo de Promo por *Primer Museo Efímero del mundo* para Diageo y el Gran Ojo de Directo por *La tienda que vende esperanza* para Cruz Roja. El tercero fue para Cámara / TBWA Uruguay y su trabajo de innovación en medios, *Hecha toda en lapicera* para Bic Uruguay.

El Ojo de Iberoamérica 2009 arrancó con todo. Luego de un primer día de conferencias con la presencia de grandes figuras mundiales, durante la primera noche del festival se entregaron los premios a la mejor creatividad en medios, marketing promocional, marketing directo, contenido para marcas y casos de relaciones públicas, además de los premios especiales a las Mejores Postales Publicitarias y Mejor Uso de Recursos Audiovisuales.

Los máximos ganadores de la noche fueron para *Primer Museo Efímero del mundo* de Leo Burnett Lisboa para Diageo en Promo; *La tienda que vende esperanza* también de Leo Burnett Lisboa para Cruz Roja en Directo y *Hecha toda en lapicera* de Cámara/TBWA para Bic Uruguay en Innovador. Este año, tanto El Ojo Contenido como El Ojo PR entregaron sólo un oro, cada uno, al mejor caso de la región.



Primer Museo Efímero del mundo de Leo Burnett Lisboa para Diageo. Gran Ojo Promo.

UN MUSEO MUCHO MÁS QUE PROMOCIONAL

En los reconocimientos a las mejores acciones promocionales para marcas, el gran premio fue para *Primer Museo Efímero del mundo* de Leo Burnett Portugal para Diageo. Una acción de gran éxito y repercusión a nivel internacional, con una idea simple y efectiva: un museo en plena calle de la ciudad de Lisboa, mostrando lo exquisito del arte callejero, justo antes de que el gobierno decidiera quitarlo definitivamente. El caso recorrió todo el mundo y fue imitado en diferentes lugares alrededor del planeta.

El jurado de El Ojo Promo entregó un total

de 26 premios: nueveoros, ocho platas y nueve bronce.

Los países que se llevaron mayor cantidad de premios fueron: España y Centroamérica y Caribe con cinco premios cada uno. El primero con un oro, un plata y tres bronce; y el segundo con un oro, dos platas y dos bronce. De España las agencias premiadas fueron McCann Erickson Madrid con tres premios (tres bronce) y Contrapunto con dos (un oro y un plata).

En cantidad de reconocimientos, siguieron Portugal con cuatro, Argentina con tres, Brasil, Colombia y Puerto Rico con dos y

Estados Unidos Hispano, Perú y Región Sur con uno.

Los cuatro premios que se llevó Portugal fueronoros, todos de Leo Burnett Lisboa /Arc WW Lisboa, por sus trabajos *La tienda de la esperanza* para Cruz Roja y *Primer museo efímero del mundo* para Diageo.

Argentina se llevó un plata y dos bronce para las agencias Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, Leo Burnett Argentina y Publicis Grafitti, respectivamente. Brasil, dosoros de la empresas Ponto de Creacao y JWT Brasil; Colombia un plata y bronce, de FiRe Advertainment y Sancho BBDO y Puerto

Rico, un oro y bronce de JWT San Juan y Badillo Nazca Saatchi & Saatchi.

LA TIENDA QUE GANA TODO

Una iniciativa que marcó la diferencia en Navidad del 2008 en Portugal y que ayer continuó en la Ceremonia de Premiación El Ojo. *La Tienda que vende esperanza* para Cruz Roja Portugal es el trabajo que realizó la agencia Leo Burnett Lisboa / Arc WW Lisboa, en el cual la gente por primera vez compró algo intangible, algo imposible de consumir, pero con lo cual se puede sentir y hacer una gran diferencia. Y que ganó el Gran Ojo Directo 2009.



La tienda que vende esperanza de Leo Burnett Lisboa para Cruz Roja. Gran Ojo Directo.

En este premio se entregaron 24 galardones, además de Gran Prix. Fueron sieteoros, ocho platas y nueve bronce.

El país más reconocido fue una vez más, España con seis premios: un oro, un plata y cuatro bronce. Los mismos fueron para Contrapunto (un oro y un plata), McCann Erickson Madrid (dos bronce), Vitruvio Leo Burnett (un bronce) y La Despensa (un bronce).

Los jurados de la categoría coinciden que España todavía está un paso adelante en esta disciplina, los clientes invierten más en este medio y las agencias pueden destinar más y mejores equipos para desarrollarlos, sin embargo casos como *La Tienda que vende esperanza* muestran que la región va por el buen camino.

El siguiente país en el ranking de más premiados fue Argentina, que consiguió un oro, un plata y dos bronce. Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi se llevó tres de esas estatuillas, y Leo Burnett Argentina y Wunderman uno cada uno.

Luego se ubicaron Portugal (tresoros y un plata) y Centroamérica y Caribe (un oro, dos platas y un bronce) con cuatro premios; Brasil con dos premios (un oro y un bronce) y Puerto Rico, Estados Unidos Hispano y Colombia con uno cada uno.



Hecha toda en lapicera de Cámara / TBWA para Bic Uruguay. Gran Ojo Innovador.

LAS LAPICERAS MÁS INNOVADORAS

Uruguay sorprendió este año quedándose con el Gran Ojo Innovador por el trabajo de la agencia Cámara/TBWA para Bic *Hecha toda en lapicera*. La agencia oriental creó un simpático trabajo para promocionar las lapiceras Bic que consistió de la realización de una revista (Free way) toda escrita con en lapicera,

dándole un sentido único de originalidad a la publicación. Por primera vez, una revista fue hecha de principio a fin con una Bic.

Por otro lado, este año El Ojo Innovador entregó un total de 29 distinciones: 9oros, 10 platas y 10 bronce. Los países que lograron llevarse el oro fueron Uruguay (2), Portugal (2), España (2), y Brasil, Colombia y Estados Unidos Hispano, con uno cada una.



LO MÁS DESTACADO DE LA PRIMERA CEREMONIA DE PREMIACIÓN DE EL OJO 2009

En cuanto a los países más premiados, la Argentina tuvo un muy buen desempeño con 6 premios aunque no consiguió ningún oro (tuvo 2 platas y 4 bronce), Brasil se ubicó detrás con 5 (1 oro, 2 platas y 2 bronce), y más atrás con 3 distinciones cada uno se ubicaron España con importantes reconocimientos (2 oros y 1 plata), Portugal también con una excelente performance (2 oros y 1 bronce) y Centroamérica (con 2 platas y 1 bronce). Después otros de los premiados fueron Uruguay, que sorprendió con 2 oros; Colombia que se llevó un oro y un bronce; Estados Unidos Hispano, también con un oro y un bronce; Puerto Rico, con dos platas y por último Ecuador, que obtuvo un plata.

POR PRIMERA VEZ LOS MEJORES DE PR EN LA REGIÓN

El Ojo de Iberoamérica no podía dejar pasar por alto el protagonismo que han tenido estos trabajos, realizados dentro de las empresas o como compañías especializadas en brindar asesoría y soluciones a grandes marcas, medios, organizaciones gubernamenta-

les y ONG's, entre otras, es por eso que este año se incorporó el premio a los mejores casos de relaciones públicas.

Esta nueva distinción incorporada por El Ojo de Iberoamérica en su edición 2009, tuvo un total de 9 distinciones, 4 oros, 2 platas y 3 bronce. Los oros de esta categoría fueron para El mejor amigo del hombre busca amigos de JWT Centroamérica y Panamá para Refugio Cielo Verde; Encuentro, de McCann Erickson España para Coca Cola; *La tienda que vende esperanza*, de Leo Burnett Portugal para Cruz Roja Portuguesa; y Mis Casmurros, de LiveAd para Rede Globo, Brasil. Las medallas de plata fueron para Nos regalamos a nosotros mismos, una acción institucional de Vitruvio Leo Burnett España y para Museo efímero, de Leo Burnett Portugal para Diageo. En este premio, los países más premiados fueron España con 3 galardones, Portugal con 2 y Centroamérica, Puerto Rico, Argentina y Brasil con uno cada una.

CONTENIDO: ARRIBA LA ESPERANZA

Con un sólo oro elegido por el jurado de expertos de El Ojo Contenido 2009 se entregaron nuevamente los galardones a los mejores casos de contenido para marcas de la región.

En esta oportunidad, el premio dorado fue para Leo Burnett Lisboa con su *Tienda de la Esperanza* para Cruz Roja Portuguesa, que también se llevó los Gran Prix de Promo y Directo.

Además, la categoría dio un total de cinco premios: un oro, un plata y tres bronce. El plata fue para McCann Erickson Madrid por *El análisis que cambiará la ley* para Asociación Española contra el Cáncer; y los bronce para DD Colombia por *El Corolla de Filippo* para Toyota Colombia; FiRe Advertainment y Alma DDB por *Los Felinos de la noche* para State Farm y nuevamente para Leo Burnett Lisboa por *Primer museo efímero del mundo* para Diageo Portugal.

Todos los casos ganadores de la primera premiación se pueden ver en la Sala de Proyecciones del Salón Pacífico B.



Encuentro, de McCann Erickson Madrid para Coca Cola. Oro PR.



Mil Casmurros, de LiveAd Brasil para Miniserie Capitu. Oro PR.



COLOMBIA UNIDA POR UN ÚLTIMO RECUERDO

SITUACIÓN
El Ejército colombiano sufre una de las bajas más altas en el mundo, con un promedio de 15 soldados muertos al día. El país sufre una de las tasas más altas de homicidios en el mundo. El país sufre una de las tasas más altas de homicidios en el mundo.

LA ACCIÓN
Fondelibertad en colaboración con el Ministerio de Defensa, el Ejército y el Ministerio de Justicia, lanzó una campaña de televisión que busca promover el uso de la fuerza de seguridad pública y el uso de la fuerza de seguridad pública.

RESULTADOS
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

RECURSOS
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

RECURSOS
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

RECURSOS
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

RECURSOS
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

ACCIONES
Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión. Se han producido 15 millones de impresiones de televisión.

Fondelibertad

Recuerdos, de Toro Mora /Fischer América para Ministerio de Defensa. Oro Innovador.

LOS AMIGOS DE FERNANDO TORRES

DEPÓSITO AMIGO DE BANCO GALLEGO

RESOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

CAMPAÑA TEASER

IMPACTO EN LOS MEDIOS

Resolución de la campaña

Impacto en los medios

Campaña Teaser

Impacto en los medios

Torres depósito amigo, de Contrapunto para Banco Gallego. Oro Directo.

La radio grabada en el baúl

Operación Súper problema

El baúl

Resultados

Operación Súper problema

El baúl

Resultados

La radio en el baúl, de Lowe Ginko para Renault. Oro Innovador.

LUCILA NEGRI

• ESPACIOS INCOMPARABLES •

Gesta Colección Primavera Verano 2010

SHOWROOM
Te. (54) 11.4866.4099
TUCUMÁN 3612, CABA

SHOWROOM/TALLER
Te. (54) 11.4796.2904
AV. VILLANEDA 1729, PCIA. BUENOS AIRES

WWW.LOGIERMILU.COM
LUCILANEGRIG@LOGIANACUA.COM



LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA SEGUNDA CEREMONIA DE PREMIACIÓN

Finalistas

El Ojo Interactivo

Hoy se entrega El Ojo Interactivo, que una vez más estará auspiciado por Microsoft Advertising. Con nada menos que 37 piezas en el shortlist, Brasil encabeza la lista de países con más chances de quedarse con un premio, seguido por Argentina y México con diez. También ingresaron a la lista corta España, Portugal, Centroamérica y Caribe, Puerto Rico, Uruguay, Chile, Venezuela, Perú, el mercado hispano de Estados Unidos, Ecuador y Colombia.

A continuación, el listado completo de finalistas del premio.


FINALISTAS | **EL OJO INTERACTIVO**

Premio Auspiciado por: Microsoft Advertising

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
IT1 - Banner (Simple/Rich Media)				
Adidas techfit	Netthink	Adidas España	Adidas Techfit	España
Auto plus de Lima	Ogilvy & Mather Colombia	Delima Marsh	Auto plus de Lima	Colombia
Ciclón	CBR Publicidad		Aspiradora Somela Cyclonic SC 2000	Chile
Danza	Media Contacts	Citroën	Citroen C4 Hatch	Brasil
Dolor de cabeza	CBR Publicidad		Kitadol	Chile
Fiat limusina	Netthink	Fiat España	Fiat	España
Graacc moeda	Ogilvy Brasil	GRAACC	Hospital de cáncer infantil	Brasil
Musicales	Leo Burnett Brasil	Warner Home Video Brasil	Colección Warner clásicos musicales	Brasil
Push harder feel better	DDB Brasil	Companhia Athletica	Gimnasia	Brasil
Stain	Fischer + Fala!	Orval	Semorin Stain Removal	Brasil
Strip pause	DDB Brasil	Terra	Terra Parental Control	Brasil
Take your time	DDB Brasil	Tok&stok	Institucional	Brasil
Ultimate urban race	Ogilvy Brasil	IBM Brasil	Institucional	Brasil
We play sonora	DDB Brasil	Terra	Terra Sonora	Brasil
IT2 - Beyond the-banner				
Dove go fresh	Ogilvy Brasil	Unilever Brasil	Desodorante	Brasil
Espacio DR	McCann Erickson Brasil	GM	Meriva 1.4	Brasil
Kodak zoom	Ogilvy Brasil	Kodak	Kodak Institucional	Brasil
Motolight painting	Ogilvy Brasil	Motorola Brasil	Celular	Brasil
Posts cambiados	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Voyage	Brasil
Tronco	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Voyage	Brasil
IT3 - Hot Site				
Bicentenario de nuevo león	d10studio	Nuevo León	Bicentenario de nuevo león	México
Blues	Fischer + Fala!	Le Monde Diplomatique	Jornal	Brasil
Catalina estrada para Levi's	Webar Interactive	Levi Strauss & Company	Levi's by Catalina Estrada, edición limitada.	México
Desde lo alto es más divertido.	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Fox	Brasil
Detective stripes	Grupo W	Unilever México	Rexona Invisible	México
Doritos sweet chili	CUBOCC	Pepsico Brasil	Doritos Sweet Chili	Brasil
Endless sunrise	DDB Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Sundown	Brasil
Energy lab	Grupo W	Unilever México	Rexona Energizing	México
Gallega	Grey Argentina		Revista Playboy	Argentina
Navidades tuneadas	Leo Burnett Brasil	Brasil Telecom	Empresa de telefonía	Brasil
Proyecto black pixel	Almap BBDO	Greenpeace	Greenpeace	Brasil
Seducción interactiva	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Day&Night	Uruguay
Twittery monkey	DDB Brasil	Terra	Terra Loteria	Brasil
Vectra GT Remix	McCann Erickson Brasil	GM	Vectra GT	Brasil
Voceaguenta.com.br	SantaClaraNitro	Fox Channel	Dexter	Brasil



FINALISTAS | EL OJO INTERACTIVO

Premio Auspiciado por: 

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
IT4 - Juego Online				
Energy lab	Grupo W	Unilever México	Rexona Energizing	México
Hombresdeolébajoelbrazo	Young & Rubicam Argentina	Agea		Argentina
La jaula abierta	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Eos	Brasil
Lego Indiana Jones Game	Three Melons	Lego Dinamarca	Lego Indiana Jones Playthemes	Argentina
Navidades tuneadas	Leo Burnett Brasil	Brasil Telecom	Empresa de telefonía	Brasil
Rexona Energizing X Race	CUBOCC	Unilever Brasil	Rexona Energizing	Brasil
Truco	Almap BBDO	Pepsi	Pepsi	Brasil
UP	Netthink	Walt Disney Studio Motion Pictures Esp.	UP	España
Vodafone Yorn Bestof	Brandia	Vodafone Portugal	Vodafone Yorn	Portugal
IT5 - Website Institucional / de Promoción de Marca				
Ayudar a ver	Wunderman Buenos Aires	Silvio Velo	Silvio Velo	Argentina
Bonafont	Grupo W	Bonafont México	Bonafont	México
Encuentro	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola	España
Erase Stereotypes (Hispano)	Zubi Advertising	Zubi Advertising	Zubi Advertising	Estados Unidos
King Kong para siempre	Vitruvio Leo Burnett	Festival de Cine Fantástico de Sitges	75 Aniversario de King Kong	España
La carnicería	Alucina Studio	Oscar Carnicero	Dirección de Arte	México
Tu fila de fans Sitio	Grupo W	Unilever México	Rexona	México
Unibroker Seguros	VIEW	Unibroker Seguros	Unibroker Seguros	Portugal
IT6 - E-mail Marketing				
Mancha virtual	Leo Burnett Argentina	Samsung Argentina	Samsung F480 Touch Wiz	Argentina
Saludo de fin de año	Webar Interactive	Webar Interactive	Saludo de Fin de año	Argentina
Serpiente	McCann Erickson España	Greenpeace España	Conservación de los últimos bosques primarios	España
Tu yo del futuro	BBDO Guatemala	Banco G&T Continental	Fondo de Retiro	Centroamérica y Caribe
Weekend largo	Draftfcb Puerto Rico	El Torito	Torito	Puerto Rico
IT7 - Viral Marketing				
Carrera de screensavers	DDB Brasil	Intel	INTEL PROCESSORS	Brasil
Crossbar	JWT Brasil	Coca Cola Brasil	Coca Cola	Brasil
Fantasma	Euro RSCG Beker	Blockbuster México	Blockbuster	México
Greentube	Almap BBDO	Greenpeace	Greenpeace	Brasil
Hormiga atómica	Amén	Lisley	Erdinger Sin Alcohol	Uruguay
Mail Lorena	Ogilvy Perú	Acción en Sida	Institucional	Perú
Masajista	Borghierh Lowe	Uol	Empleo perfecto	Brasil
Pixel solidario	Ogilvy Brasil	GRAACC	Hospital de cancer infantil	Brasil
Proyecto Black Pixel	Almap BBDO	Greenpeace	Greenpeace	Brasil
Thanks Georgie	BBDO Ecuador		www.adsoftheworld.com	Ecuador
IT8 - Publicidad Móvil				
Air Guitar Mobile	Almap BBDO	Pepsico Brasil	Gatorade	Brasil
Arista mobile - abre tu mente a la FP	Media Contacts	Webmotors.com.br	Día Mundial sin auto	Brasil
Brazilian heroes	Wikot Venezuela	General Motors Venezolana C.A. / Fundación Social Marsitas		Chevrolet
Venezuela				
Got a light	JWT San Juan	Méndez & Co.	Heineken	Puerto Rico
IT9 - Campaña				
Categorías emocionales	BBDO Argentina	Masoportunidades.com	MasOportunidades.com	Argentina
Cortá con la dulzura del día de San Valentin	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Paso de los toros	Argentina
Detective stripes	Grupo W	Unilever México	Rexona Invisible	México
El mejor amigo del hombre busca amigos	JWT Centroamérica y Panamá	Refugio Cielo Verde	Refugio Cielo Verde	Centroamérica y Caribe
Hacé confesar a un amigo	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Institucional	Argentina
Pepsi	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Pepsi	Argentina
Ponete la Roja	DDB Argentina	Puma	Indumentaria Oficial del CAI	Argentina
Primer museo efímero del mundo	Leo Burnett Portugal / Arc WW Lisboa	Diageo Portugal	Pampero Rum	Portugal
T-Racer Campaign	AgênciaClick	Fiat Brasil	Fiat Punto T-Jet	Brasil

www.taller4.com
SOLUCIONES GRAFICAS para tu creatividad



LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE EL OJO LOCAL

Finalistas

El Ojo Local (Premio al Desempeño del Año por país y Mejores Piezas por país)

Cada año, *El Ojo* reconoce individualmente el trabajo de cada país y subzona que componen la región iberoamericana, como una forma de estimular el desarrollo de cada mercado.

El Ojo Local premia al Desempeño del Año y a las Mejores Piezas a nivel país/zona. A continuación, el listado completo de finalistas.

FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
ARGENTINA				
Cine / TV				
Bañeros	JWT Argentina	Nestlé Argentina	Helados Frigor	Ursula
Chocotómetro	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cadbury Argentina	Cadbury	Primo Buenos Aires
Crítico	Santo Buenos Aires	Coca Cola Argentina	Coca Cola Light	Landia
Cuadrados	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe	Revolución
Duetos	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Norte	Primo Buenos Aires
El sonriente piso 9	Madre	Molinos Río de La Plata	Exquisita Brownies	Hungry Man / Ursula
Mamá	Madre	Molinos Río de La Plata	Lucchetti	PepperMelon / Reino
Pecsi	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Pepsi	Argentina Cine
Película	Madre	Nextel Argentina	Prip	Landia
Que vuelvan los lentos	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Doritos	Awards Cine
Remisería	Madre	Porta Hnos.	1882	Revolución
Gráfica				
Acuerdos	Young & Rubicam Argentina	Movistar Argentina	Comunidad Movistar	-
Album	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Gatorade	-
Arbol (Hospital Alemán)	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	-
Braille (Fundación Vida Silvestre)	Ogilvy & Mather Argentina	Fundación Vida Silvestre Argentina	Fundación Vida Silvestre	-
Día y noche	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe	-
Escalera	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	-
Estacionamiento	Draftfcb Buenos Aires	Buhl	Prime	-
Los chicos hacen	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	-
Moteles	Draftfcb Buenos Aires	Buhl	Prime	-
Troncos	BBDO Argentina	Mars Argentina	Whiskas	-
Radio				
Bossa	Young & Rubicam Argentina	Converse All Star	Converse	-
Bossa - Groupies - Piedra	Young & Rubicam Argentina	Converse All Star	Institucional	-
Confesiones	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Día del amigo	-
Día y noche	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe	-
Lucho	El Cielo	YPF Argentina	Extraviada	-
Shower gel	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Shower Gel	-
BRASIL				
Cine / TV				
Cajas (Volkswagen)	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Volkswagen Caminhões	Sentimental
Gold Fish	Almap BBDO	O Boticário	Institucional	O2 Filmes / Vektor Zero /
Lobo				
Hasta dónde va tu creatividad	Almap BBDO	Escola Panamerica de Arte	Escola Panamerica de Arte	Vektor Zero / Lobo /
Cinemacentro				
La fortuna	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Volkswagen Saverio	Revolución
Perro Pez	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	SpaceFox	Revolución
Zapato	Ogilvy Brasil	Kraft Foods Brasil	Mini Bis	Hungry Man
Zapato	Ogilvy Brasil	Kraft Foods Brasil	Mini Bis Chocolate	Hungry Man
Gráfica				
Animales (Reach)	JWT Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Reach	-



FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Cajas (Fedex)	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier Services	-
Círculos	Almap BBDO	Escola Panamerica de Arte	Institucional	-
Huevo - Jugo - Pescado	Artplan	Correios	Sedex servicio de courier expreso	-
Napalm	DDB Brasil	Latin Stock Brasil	Banco de Imágenes	-
Pájaro de oro	Almap BBDO	Alpargatas Brasil	Havaianas Slim	-
Rutina	DDB Brasil	Terra Brasil	Terra Viagens	-
Toda imagen tiene un sonido	DDB Brasil	Saxsofunny	Sound Production	-
Radio				
Blanca nieves	Almap BBDO	Pepsico Brasil	Gatorade	-
Caperucita roja	Almap BBDO	Pepsico Brasil	Gatorade	-
Copa de champán	Almap BBDO	Escola Panamerica de Arte	Institucional	-
Cortauñas	Almap BBDO	Escola Panamerica de Arte	Institucional	-
Locutores	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Nuevo Polo I-Motion	-
Que música es esa	Ogilvy Brasil	Motorola Brasil	Moto ID	-
CENTROAMÉRICA Y CARIBE				
Cine/TV				
Águila arpia	Tribu Nazca Saatchi & Saatchi	Conservando Osa	Conservación de especies	Full Fierros
Cerdo	JWT Centroamérica y Panamá	Johnson & Johnson Centroamérica y Caribe	Mylanta	Caramba TV
Conejo	JWT Centroamérica y Panamá	Johnson & Johnson Centroamérica y Caribe	Mylanta	Caramba TV
Filminas	JWT Centroamérica y Panamá	Nelka Rent a Car	Rent a Car	Caramba TV
Japoneses	DDB Guatemala	Brahva	Cerveza Brahva	Rojo Films
Mosca	Father	Credomatic	Sapricard	Son
Político	Wurmser Ogilvy & Mather	Lancasco	Astroton H4	Visual Sonora
Gráfica				
Ajo	Cerebro Young & Rubicam	Colgate Palmolive Panamá	Plax	-
Cable	JWT Centroamérica y Panamá	Cadbury Adams Panamá	Bubaloo	-
Cazador	Tribu Nazca Saatchi & Saatchi	Dipo	Aceite Salat	-
Corazón (Dipo)	Tribu Nazca Saatchi & Saatchi	Dipo	Aceite Salat	-
Gama	Cerebro Young & Rubicam	Sony Centroamérica y Caribe	Bravia	-
Huracán - Inundación - Terremoto	Excell Ogilvy	Diario Tiempo	Diario Tiempo	-
Vaso de leche	JWT Centroamérica y Panamá	Kimberly Clark Guatemala	Toallas Scott	-
Radio				
Ghost	InterAD	Canal Antigua	Entretenimiento de fin de semana	-
Luz roja	DDB Guatemala	Firestone / Bridgestone	Neumáticos Bridgestone	-
Muñeca	Wurmser Ogilvy & Mather	Duracell Guatemala	Baterías Duracell	-
Pepito	Father		Teatro La Comedia	-
Chile				
Cine/TV				
90 minutos	Prolam Young & Rubicam	Brooks Chile	Ropa deportiva	Cueca
Bandeja	Euro RSCG Santiago	Radio Horizonte Chile	Radio Horizonte	Familia Cine
Don Ronald	Puerto Publicidad	CDF (Canal del Fútbol)	CDF	Wood Producciones
FICV	Lowe Porta	Festival Internacional de Cine de Valdivia	Festival Internacional de Cine de Valdivia	Cienbrazos
Pop com	BBDO Chile	CCU	Adrenaline Rush	Cienbrazos
Gráfica				
Animales (Land Rover)	Prolam Young & Rubicam	Land Rover	Land Rover Defender	-
Carpetas	Ogilvy Chile	Unicef Chile	Unicef	-
Dormitorio	BBDO Chile	Wrigleys Chile	Hubba Bubba	-
Elefante	JWT Chile	Mattel Chile	Scrabble	-
Habla	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Colgate Max Fresh	-
Rebanadas	JWT Chile	Mattel Chile	Scrabble	-
Radio				
Canciones de cuna	180 Grados	Alpargatas Chile	Mizuno	-
Cuando no hay amor	180 Grados	Carozzi	Chocolates Costa	-
Cuento	BBDO Chile	Wrigleys Chile	Eclipse	-
Jaimito - Mormón - Parrilla	Unitas RNL	Jayco Casas Rodantes	Institucional	-
Teléfono	180 Grados	Carozzi	Chocolates Costa	-
Colombia				
Cine/TV				
Calle	McCann Erickson Colombia	Sony Ericsson Colombia	Sony Ericsson Walkman	La Muvi
El caso de Bertha Porras	Leo Burnett Colombiana	Seguros Bolívar	Línea Emergencia RED322	Imaginaría Films
Juan José	Ogilvy & Mather Colombia	Coca Cola Colombia	Quatro	Rhayuela Films
Llanta	Sancho BBDO	Fundación BellaFlor	Fundación Bella Flor	La Muvi
Osos	Young & Rubicam Colombia	Media Maratón de Bogotá	Media Maratón de Bogotá	Autocine
Piloto	Young & Rubicam Colombia	Aires S A	Aerolínea	Murdock
Gráfica				
Balón	Toro Mora / Fischer América	R. Sport	Umbro	-
Camión (Tampa Cargo)	Young & Rubicam Colombia	Tampa Cargo	Transporte aéreo de Mercancía	-
Mixed	Leo Burnett Colombiana	DirecTV Colombia	DirecTV Plus	-
Tampa cargo	Young & Rubicam Colombia	Tampa Cargo	Transporte aéreo de Mercancías	-
Tren	Young & Rubicam Colombia	Tampa Cargo	Transporte aéreo de Mercancía	-
Velocidad 1	Ogilvy & Mather Colombia	KIA Colombia	Kia Rio	-
Radio				
Accidente - Pulga fantástica - Mina	Aguayo Publicidad	Schering Plough Colombia	Pulvex	-
Alarma (Vicepresidencia de Colombia)	Toro Mora / Fischer América	Vicepresidencia de la República de Colombia	Colombia Joven	-
Familias	Ogilvy & Mather Colombia	KIA Colombia	KIA Motors	-



EL OJO **news**

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA SEGUNDA CEREMONIA DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Gerardo	Leo Burnett Colombiana	Seguros Bolívar	Póliza Universal Medical Care	-
Síndromes	Leo Burnett Colombiana	Seguros Bolívar	Póliza Universal Medical Care	-
Ecuador				
Cine/TV				
Abuelos	McCann Erickson Ecuador	Pacificard	Tarjetas de crédito	Resolución
Explosiones	La Facultad	BIRM	Jarabe medicinal	Máquina de Cine
Fernández	McCann Erickson Ecuador	Domino's Pizza Ecuador	Promo doble queso doble carne	Click
Lluvia (La Fabril)	McCann Erickson Ecuador	La Fabril	Detergente Ciclón	Vértigo Films
Medium	Grey / Maruri	Centro De Convenciones Guayaquil	Concierto de Steven Maglio	Maruri Producciones
Transformer	Norlop JWT	Animec	2º Festival Internacional de Animación Ecuador	Ramona TV
Gráfica				
¿Que tan despierto estas?	Koenig & Partners	Solubles Instantáneos Ecuador	Café de oro	-
BobMouse	La Facultad	DirecTV Ecuador	Alta Definición	-
Brócoli	Grey / Maruri	Oriental	Aji	-
Ciudades del Ecuador	La Facultad	Tame	Destinos	-
Granada	Publicis Publicitas Ecuador	Mundo Virtual	PS2	-
Niño rey	Mayo Draftfcb Ecuador	Librería Rayuela	Librería Rayuela	-
Puerta	Koenig & Partners	Solubles Instantáneos Ecuador	Café de Oro	-
Radio				
Dentista	Publicis Publicitas Ecuador	Movistar Ecuador	Telefono con reproductor mp3	-
Imax Guerra de las galaxias	Publicis Publicitas Ecuador	Nescafé Imax Malecón 2000	Nescafé Imax	-
Imax Indiana Jones	Publicis Publicitas Ecuador	Nescafé Imax Malecón 2000	Nescafé Imax	-
Lucio	Koenig & Partners	Laboratorios Bjerner	Anautin	-
No te marees	Koenig & Partners	Laboratorios Bjerner	Anautin	-
Vizuetinho	McCann Erickson Ecuador	MasterCard Ecuador	Tarjeta de crédito	-
Wickinstone	teran E. morillo	Ideal Alambrec Bekaert	Alambre de puas Motto	-
España				
Cine/TV				
Cocina	Publicis Comunicación España	Depurdiet	T-38/40 Lipoplan	Vervo
El análisis que cambiará la ley	McCann Madrid Healthcare	Asociación Española Contra El Cáncer	Documental Tabaco	Wind Producciones
Encuentro (Coca Cola)	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola	Landia
Italianos	Publicis Comunicación España	Carrefour España	Campaña Asociaciones	Agosto
Mixta	Publicis Comunicación España	Grupo Mahou- San Miguel	Cerveza Mixta	Mefisto
Naves	Vitruvio Leo Burnett	Festival de Cine Fantástico de Sitges	Especial Naves Espaciales	Picnic
Non stop	Euro RSCG España	Control España	Retard Condoms	Alamofilms
Torres	Contrapunto Madrid	Banco Gallego	Depósito Amigo	Blur
Gráfica				
Campos eliseos	Bassat Ogilvy & Mather Madrid	Ford España	Ford Focus RS	-
Cocina (Mapa Spontex)	TBWA España	Mapa Spontex	Bayeta Spontex	-
Desenfoques	Vitruvio Leo Burnett	TCM	Classic Movies	-
Escayola	TBWA España	Sony España	Sony Playstation	-
Hombre estatua	TBWA España	Sony España	Sony Playstation	-
Ida y vuelta	TBWA España	Renfe	Renfe Trenes	-
Radio				
Cadaver	McCann Erickson España	Telefónica Móviles España	Movistar	-
La madre de Bambi	McCann Erickson España	Telefónica Móviles España	Movistar	-
La vida con niños	TBWA España	Señor Goma	Preservativos	-
Minuto	McCann Erickson España	Telefónica Móviles España	Movistar	-
Música basura	Vitruvio Leo Burnett	WWF Adena	WWF	-
PSP con GPS	TBWA España	Sony España	Sony Playstation	-
Estados Unidos Hispano				
Cine/TV				
Cheesecake	Lápiz	Procter & Gamble USA	Pepto Bismol	Landia
Cine Las Americas	LatinWorks	Latinworks	Cine Las Americas	-
Himno	Grupo Gallegos	Comcast	Cable Latino	Acme Filmworks
Llama	LatinWorks	Starburst USA	Starburst	Flip Films
Llanto	Conill Saatchi & Saatchi	Consulado Argentino en Los Angeles	Festival de cine Argentina New Cinema	Parana Films
Love & Hate	Lápiz	Procter & Gamble USA	Pepto Bismol	Landia
Subtítulos	Grupo Gallegos	Comcast	CableLatino	Landia
Gráfica				
Al revés	Conill Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble USA	Tide	-
BBQ	Lápiz	Procter & Gamble USA	Gain con Febreze Removedor de Olores	-
Jeans	Conill Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble USA	Tide	-
Tacones	Zubi Advertising	RDCA Corporate	RDCA Corporate	-
Radio				
Batalla	Lápiz	Procter & Gamble USA	Toallas de papel Bounty	-
Disclaimer 1	Adrenalina	Tecate	Tecate	-
Incompleto	Lápiz	Procter & Gamble USA	Toallas de Papel Bounty	-
Ruidos	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota Usa	Vehículos usados certificados de Toyota	-
Subtítulos	Grupo Gallegos	Comcast	CableLatino	-
México				
Cine/TV				
8 horas	DDB México	Dormimundo	Dormimundo	García Bross y Asoc.
Alberca	Ogilvy & Mather México	YUM	Kentucky Fried Chicken	The Lift



FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Avión	Ogilvy & Mather México	Ford México	Ford Volvo	Cluster
Cama (Dormimundo)	DDB México	Dormimundo	Dormimundo	García Bross y Asociados
Cámara de seguridad	DDB México	Volkswagen México	Volkswagen GTI	García Bross y Asociados
Dime vaquero	Olabuenaga Chemistri	Pepsico México	Doritos Rolalalas	Catatonía Films
El amor de mi vida - Hermanos	TeránTBWA	Grupo Nacional Provincial	GNP	Central Films
Grandotas	Recreo	Burger King México	Come como Rey	Lemon Media
Mariachis	Leo Burnett México	Mars México	Skwinkles	Central Films
Morsa - Patinadora	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola México	Sprite	Central Films
Primer paso	JWT México	Coca Cola México	Nestea	Terciopelo Films
Sueño	DDB México	Volkswagen México	Volkswagen Jetta GLI	García Bross y Asociados
Gráfica				
Caracol	Leo Burnett México	Kellogg's México	All-Bran	-
Carne	JWT México	Schering Plough México	Afrin	-
Corazón (Museo Tamayo Arte Contemporáneo)	Draftfcb México	Museo Tamayo Arte Contemporáneo	Institucional	-
Mago de Oz	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	-
Niño quemado	Young & Rubicam México	Fundación Michou Y Mau	Fundación Michou y Mau	-
Oportunidad	Ogilvy & Mather México	Duracell México	Pilas Duracell	-
Reloj	Leo Burnett México	Kellogg's México / Kellogg's México	All-Bran	-
Radio				
Baño Cloralex	Ogilvy & Mather México	Industrias AEn	Cloralex 99	-
Muro	JWT México	Casa Cuervo México	Institucional	-
Niño	JWT México	Casa Cuervo México	Institucional	-
Por el puro antojo	DDB México	Red Cola	Red Cola	-
Tamaleros	Young & Rubicam México	Danone México	Nutriplus	-
Tarda más	JWT México	Casa Cuervo México	Institucional	-
Perú				
Cine/TV				
Discapacitados	Pragma DDB	Congreso de la República del Perú	Campaña por los derechos de los Discapacitados	Cinesetenta
Fe	Circus	Fundación Peruana de Cáncer	Ponle corazón	Fat Free Films
Festival de cine al este de Lima 2008		Kchina Films	Festival de cine al este de Lima	Kchina Films
Halloween	Circus	El Comercio	Kotear	7 Samurai
Lanzamiento	Circus	El Comercio	Kotear	7 Samurai
Mano	Circus	El Comercio	Coleccionable Nat Geo	Fat Free Films
Palomas	Circus	Banco de Crédito Del Perú	Tarjetas de débito	Fat Free Films
Gráfica				
Chávez	Circus	El Comercio	Gestión	-
Fotos increíbles	Circus	El Comercio	Coleccionable Nat Geo	-
Mujer (Post-it)	El Garaje Lowe	3M Perú	Post-it	-
Obama (El Comercio)	Circus	El Comercio	Gestión	-
Punk	El Garaje Lowe	3M Perú	Post-it	-
Veneno	El Garaje Lowe	Caribú	Caribú Bitter	-
Radio				
Cuando caliente el astro	El Garaje Lowe	Crisol Perú	Librería Crisol	-
Mi existencia	El Garaje Lowe	Crisol Perú	Librería Crisol	-
Mosquitos	El Garaje Lowe	Yobel	Matazum	-
Palabras (Post-it)	El Garaje Lowe	3M Perú	Post-it	-
Pega todo lo que quieras	El Garaje Lowe	3M Perú	Scotch	-
Portugal				
Cine/TV				
Demonstration	Brandia	RTP1	Pros and Cons	Ministério dos Filmes
Everybody against everybody	Leo Burnett Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional	Lobo Animatório
Love chocolate	Lola	Unilever - Países no Iberoamericano	Helados Cornetto	Primo Buenos Aires
Testemunho	McCann Erickson Portugal	Liga Portuguesa contra a Sida	Lucha contra el Sida	Garage Films
Todos contra todos	Leo Burnett Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Lobo Animatório
Gráfica				
Aparcamiento	Fischer Portugal	Honda Portugal	Honda jazz con sensores de aparcamiento	-
Billetes	Fischer Portugal	Diario Económico	Diario Económico	-
Many ways to kill an idea	Fuel Lisboa / Euro RSCG	Show Off Filmes	Show Off Filmes	-
MTV	Leo Burnett Portugal	MTV Portugal	Skins	-
Sedentarios	Fischer Portugal	Ministério da Saúde	Bien Público	-
Radio				
Ex namorado	Brandia	Vodafone Portugal	Vodafone Yorn	-
Groselha	Brandia	Sumo+Compal	B! Groselha	-
Summer	Brandia	Vodafone Portugal	Vodafone Directo	-
Vodafone Directo	Brandia	Vodafone Portugal	Vodafone Directo	-
Puerto Rico				
Cine/TV				
HDTV	Young & Rubicam Puerto Rico	Méndez & Co.	Heineken	Metrópolis Films
Herencia	JWT San Juan	Cadbury Adams Puerto Rico	Stride	Hocus Pocus Studio
Miedo	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Toyota Puerto Rico	Institucional	Salado Media
Musical	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Toyota Puerto Rico	Institucional	Salado Media
Ruido	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Fondos Unidos De Puerto Rico	Balas perdidas	Salado Media
Gráfica				
Baloncesto	Young & Rubicam Puerto Rico	El Vocero	Revista Max	-
Colgados - Apedreados - Guantánamo	JWT San Juan	Amnistía Internacional Puerto Rico	Servicio Público	-



EL OJO **news**

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA SEGUNDA CEREMONIA DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Golf	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Lexus Puerto Rico	Lexus ES350	-
Piscina	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Lexus Puerto Rico	Lexus ES350	-
Tennis	Young & Rubicam Puerto Rico	El Vocero	Revista Max	-
Radio				
Abreviaciones	Draftfcb Puerto Rico	Honda Puerto Rico	Honda R-V	-
Atrapados	Grey Puerto Rico	Lax & Clean	Lax & Clean	-
Espacio	Draftfcb Puerto Rico	Honda Puerto Rico	Odyssey	-
LC Miro	Grey Puerto Rico	Pearle Vision Center	LC Miro	-
Llanto	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Fondos Unidos De Puerto Rico	Balas perdidas	-
Prueba de audición	JWT San Juan	Hogar Niño Jesús	Servicio Público	-
Puntos y comas	Young & Rubicam Puerto Rico	T-Mobile Puerto Rico	SunCom Wireless	-
Región Sur (Bolivia y Paraguay)				
Cine/TV				
Espejo (Kitadol)	Biedermann	Laboratorios Lasca	Kitadol Fem	SDP
Las vías	Oniria	Personal Paraguay	Campaña Las Vías	Mira
Sweet child o'mine en requinto	Oniria	Yerba Pajarito	Yerba Mate Pajarito	Synchro Image
Gráfica				
Conejo	Kausa Central Creativa	Sallustro & Cia.	Dalponte	-
Michael Jackson	Kausa Central Creativa	Claro Paraguay	Claro	-
Oficina Móvil	Kausa Central Creativa	Claro Paraguay	Claro	-
Radio				
Cyber	Biedermann	Tigo Paraguay	Banda Ancha Móvil Tigo	-
Justicia	Oniria	Entidad Binacional Yacyretá	Campaña de Justicia	-
Uruguay				
Cine/TV				
Beto	Punto Ogilvy	Banco Santander Uruguay	Santander PYMES	Oriental Films
Cantamos en el auto	Young & Rubicam Uruguay	Banco de Seguro del Estado de Uruguay	Seguro para vehículos	Metrópolis Films
Chino mate	efpz / Draftfcb	Arquitectura Rifa	Rifa Generación 03	Murdoc
Clásico	Cámara \ TBWA	Carrau	Gregsons	Milagrito Films
Heladera	Publicis Impetu	Nike Uruguay	Nike 10K	Aparato
Un turista un amigo	Young & Rubicam Uruguay	Ministerio de Turismo de Uruguay	Tratemos bien al turista	Oriental Films
Gráfica				
Bebes	Gurisa	El Observador	Suplemento tu bebé	-
Cambios	Amén	Librería Pocho	Librería Pocho	-
Chapas - Cartones - Diarios	Young & Rubicam Uruguay	Un techo para mi país	Institucional	-
Chupetines	Suárez & Clavera	Sebamar	Chupa Chups	-
Hecha toda en lapicera	Cámara \ TBWA	Bic Uruguay	Lapiceras	-
SMS	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Day&Night	-
Radio				
Acá nos conocemos todos	Gurisa	Nix	Institucional	-
Aptas	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Day&Night	-
Despertador (Vinibel)	Gurisa	Vinibel	Colchones	-
La radio grabada en el baúl	Lowe Ginkgo	Renault Uruguay	Renault Symbol	-
Termas	Young & Rubicam Uruguay	Ministerio de Turismo de Uruguay	Semana de Turismo	-
Venezuela				
Cine/TV				
Arqueólogo	JWT Caracas	Ford Venezuela	Repuestos Ford	The Format
Buzos	JWT Caracas	Ford Venezuela	Repuestos Ford	The Format
Despertador (Eveready)	ARS DDB	Eveready Venezuela	Energizer	La Sede
Dinamita	La Cancha	Farmacia Botiqueria	Farmacia Botiqueria	The Format
Empleate	ARS DDB	Empleate	Empleate.com	Los Sopranos Filman
Pantallas	JMC* Y&R	LG Venezuela	Pantallas LCD	Prahka
Gráfica				
Avión	JWT Caracas	Johnson & Johnson Venezuela	Dramamine	-
Bailarina (Henkel)	ARS DDB	Henkel Venezuela	Superbonder	-
Batallas	Leo Burnett Venezuela	Laboratorios Vargas Venezuela	Merthiolate	-
Bebé 1	JWT Caracas	Eveready Venezuela	Schick Quattro	-
Carro	JWT Caracas	Johnson & Johnson Venezuela	Dramamine	-
Colorbrite Bicolor	JMC* Y&R	Sanford	Paper Mate Colorbrite Bicolor	-
Toque picante	Leo Burnett Venezuela	Alimentos Heinz	Salsa Ketchup Picante	-
Radio				
Estufa	Zea BBDO	General Electric Venezuela	Smart Cook	-
Famosos	Leo Burnett Venezuela	Alimentos Heinz	Salsas Varias Concurso de Cocina	-
Gallina	JWT Caracas	Johnson & Johnson Venezuela	Listerine	-
Pareja	JWT Caracas	Johnson & Johnson Venezuela	Sinutab	-
Zorba	ARS DDB	Henkel Venezuela	Superbonder	-

FINALISTAS | **EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO**

Mejor Agencia	Mejor Director Creativo	Mejor Productora	Mejor Realizador	Mejor Anunciante
Argentina				
BBDO Argentina	Ramiro Rodríguez Cohen / Rodrigo Grau, de BBDO	Hungry Man / Ursula	Nico & Martin	Cervecería y Maltería Quilmes
Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Mariano Serkin / Maximiliano Itzkoff, de Del Campo	Landia	Andy Fogwill	Coca Cola Argentina
Draftfcb Buenos Aires	Guillermo Castañeda / Juan Cruz Bazterrica, de draftfcb	Primo Buenos Aires	Armando Bo	Hospital Alemán



FINALISTAS | EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO

Mejor Agencia	Mejor Director Creativo	Mejor Productora	Mejor Realizador	Mejor Anunciante
JWT Argentina	Pablo Álvarez Travieso / Gonzalo Vecino, de JWT	Revolución	Lemon	Molinos Río de La Plata
Madre Buenos Aires	Madre	Ursula	-	Pepsico Argentina
Ogilvy & Mather Argentina	Gastón Bigio, de Ogilvy	-	-	Unilever Argentina
Ponce buenos aires	Hernán Ibarra / Hernán Ponce / Walter Aregger, de Ponce	-	-	-
Young & Rubicam Argentina	Martín Mercado, de Y&R	-	-	-
Brasil				
Almap BBDO	Marcello Serpa, de Almap BBDO	Vetor Zero / Lobo	Nando Cohen	Alpargatas Brasil
DDB Brasil	Sergio Valente, de DDB	Hungry Man	Brian Billow	Correios
JWT Brasil	Mario D'Andrea, de JWT	Revolución	Armando Bo	Escola Panamerica de Arte
Ogilvy Brasil	Anselmo Ramos, de Ogilvy	-	Luciano Podcaminsky	FedEx Brasil
Fischer + Fala!	Flávio Casarotti / Pedro Cappeletti, de Fischer América	-	-	Johnson & Johnson Brasil
-	-	-	-	PepsiCo Brasil
-	-	-	-	Terra Brasil
Centroamérica y Caribe				
Cerebro Y&R	Jorge Heilbron, de Cerebro Y&R	Rojo Films	Martín Nava	Brahva
DDB Guatemala	Ricardo Mendoza, de DDB Guatemala	-	-	Canal Antigua
Excell Ogilvy Honduras	Miguel Mayen, de Excell Ogilvy	-	-	Diario Tiempo
Father Costa Rica	Giovanni Bulgarelli / Carla Pravisani, de Father	-	-	Johnson & Johnson Centroamérica y Caribe
InterAD	Carlos Molina, de InterAd	-	-	-
JWT Centroamérica y Panamá	Christian Caldwell, de JWT	-	-	-
Tribu Nazca S&S Costa Rica	Pablo Chaves / Javier Mora, de Tribu Nazca S&S	-	-	-
Wurmser Ogilvy & Mather Guatemala	Ramiro Eduardo, de Wurmser Ogilvy	-	-	-
Chile				
180 Grados	Eduardo Novion	Cienbrazos	Matías Cruz (Cienbrazos)	Alpargatas Chile
BBDO Chile	Joaquín Bascuñán	-	Vicente Rogers (cienbrazos)	Carozzi
JWT Chile	Leo Farfán	-	-	CDF (Canal del Fútbol)
Ogilvy Chile	César Agost Carreño	-	-	Mattel Chile
Prolam Young & Rubicam	Tony Sarroca	-	-	-
Puerto Publicidad	Puerto Publicidad	-	-	-
Colombia				
Leo Burnett Colombiana	Rodrigo Dávila	-	-	KIA Colombia
McCann Erickson Colombia	Samuel Estrada	-	-	Seguros Bolívar
Ogilvy & Mather Colombia	John Raúl Forero / Juan José Posada	-	-	Sony Ericsson Colombia
Sancho BBDO	Hugo Corredor / Giovanni Martínez	-	-	Tampa Cargo
Toro Mora / Fischer América	Jaime Cueto	-	-	-
Young & Rubicam Colombia	Rafael Barthaburu	-	-	-
Ecuador				
Maruri Grey	Verónica Paredes	Paristexas	Horacio Gómez (Paris Texas)	DirectTV Ecuador
Koenig & Partners	Germán Andrade	Vértigo Films	Andrés González (Vértigo)	Domino's Pizza Ecuador
La Facultad	Edgardo Escribens	-	-	La Fabril
McCann Erickson Ecuador	David Bamballi / Alvaro Noboa	-	-	Movistar Ecuador
Publicis Publicitas Ecuador	-	-	-	Nescafé Imax Malecón 2000
España				
Contrapunto Madrid	Antonio Montero	Landia	Andy Fogwill	Banco Gallego
McCann Erickson España	Leandro Raposo	-	-	Coca Cola España
Publicis Comunicación España	Fabio Mazía / Marcelo Vergara / Santiago Lucero	-	-	Sony España
TBWA España	Guillermo Ginés / Juan Sánchez	-	-	Telefónica Móviles España
Vitruvio Leo Burnett	Rafa Anton	-	-	-
Estados Unidos Hispano				
Adrenalina	Paco Olavarrieta (Adrenalina)	Cineconcepto	Fred Clapp (Cineconcepto)	Comcast
Conill Saatchi & Saatchi	Pablo Buffagni (Conill)	Flip Films	Robert Bonomo (Flip Films)	Procter & Gamble USA
Grupo Gallegos	Favio Ucedo (grupo gallegos)	Landia	Agustín Alberdi (Landia)	RDCA Corporate
Lápiz	Laurence Klinger (Lapiz)	-	Andy Fogwill (Landia)	-
LatinWorks	Sergio Alcocer (Latinworks)	-	-	-
Zubi	Andrés Ordóñez (Zubi)	-	-	-
México				
DDB México	Yosu Aranguena (DDB MX)	Catatonía Films	Carlos Hari Sama (Catatonía Films)	Casa Cuervo
JWT México	M.Techera/ E.Sacco/ E. Codesido (JWT México)	Central Films	Rodrigo García Saiz (Central Films)	Coca Cola
Leo Burnett México	Jorge Aguilar (Leo Burnett México)	García Bross	Simón Bross (García Bross)	Dormimundo
Ogilvy México	José "Pepe" Montalvo (Ogilvy México)	-	-	Duracel
Y&R México	Carl Jones (Y&R México)	-	-	-
Perú				
Circus	Juan Carlos Gómez de la torre (Circus)	7 Samurai	Jorge Caterbona (7 samurai)	3M Perú
El Garage Lowe	Marco Caballero / Luis Ramírez Gastón (El Garage LOWE)	Cinesetenta	Jorge pablo Quiroz (Cinesetenta)	Banco de Crédito del Perú
Mayo Drafftcb	Germán Garrido / Ricardo Ortíz (Mayo Drafftcb)	Fat Free	Antonio sarria (Fat Free)	El congreso de la republica del Perú
Ogilvy Perú	Aldo Canchaya (ogilvy)	Kchina	John Doe (Fat Free)	Crisol Perú
Pragma DDB	R. Chadwick / A. Naddeo / E. Díaz 8pragma DDB)	-	El Comercio	Fundación peruana de cáncer
Young & Rubicam	Flavio Pantigoso (Y&R)	-	-	Yobel
Portugal				
Brandia	Tiago Diegas -Brandia	Garage	Enrique Escamilha - Garage	Vodafone
Fischer Portugal	Diogo Mello Fischer Portugal	Lobo Animatorio	Mateus de Paula Santos	Cruz Vermelha portuguesa
Leo Burnett Portugal/ Arc wW Lisboa	Horacio Puebla - Leo Portugal	Primo buenos aires	Nico y Martín - primo buenos aires	Diageo Portugal



LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA SEGUNDA CEREMONIA DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO**

Mejor Agencia	Mejor Director Creativo	Mejor Productora	Mejor Realizador	Mejor Anunciante
McCann Portugal	Diego Anahory y José Carlos Bontempo- McCann Portugal			
Puerto Rico				
Badillo Nazca S&S	Juan Carlos Rodríguez- Badillo	-	-	Amnistía Internacional
Drafffb	Ricky Soler Drafffb	-	-	Cadbury
JWT San Juan	Jaime Rosado JWT	-	-	Fondos unidos de puerto rico
Young & Rubicam	Sylvia Soler Y&R	-	-	Toyota PR
Region Sur				
Kausa Paraguay	José Bogado, Pablo Muñoz y Rodolfo Gómez (Kausa)	-	-	Yerba Pajarito
Bierdermann Paraguay	Alejandro Marrotta (Bierdermann)	-	-	Claro Paraguay
Oniria Paraguay	Camilo Guanes y Sergio Kostianovsky (Oniria)	-	-	Entidad Binacional Yacyreta
Uruguay				
Guriza	Claudio Invernizzi (Guriza)	Aparato	Federico Álvarez (Aparato)	Banco del Seguro Uruguay
Lowe Ginkgo	Fernando de Clemente y Sebastián Mir (Lowe Ginkgo)	Milagrito Film	Javier Palleiro (Milagrito Films)	El Observador Uruguay
Publicis Impetu	Esteban Barreiro y Mario Taglioretti (Publicis Impetu)	Oriental Films	Charly Gutiérrez (Oriental Films)	Nike Uruguay
Young & Rubicam	Diego Lazcano (Y&R)	-	-	Renault Uruguay
	-	-	-	Unilever Uruguay
Venezuela				
ARS DDB	Daniel Oliveira (Ars)	-	-	Alimentos Heinz
JMC* Y&R	Daniel Ascención / Jairo Gudiño (JMC* Y&R)	-	-	Ford Venezuela
Leo Burnett Venezuela	Fabián Bonelli (Leo Burnett)	-	-	Henkel Venezuela
JWT Caracas	Horacio Maggi / Exequiel Rodríguez (JWT Caracas)	-	-	Johnson & Johnson Venezuela
La Cancha	Salvador Cappiello / Alberto Hernández (La Cancha)	-	-	

LOS MEJORES COMENTARIOS DE ELOJODEIBEROAMERICA.COM/TWITTER

El Ojo de Iberoamérica 2009 empezó a puro Tweet

En la primera jornada del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica, la página de Twitter creada por la agencia argentina WebAr para el evento fue un éxito de entradas. En este espacio diario que saldrá durante los tres días de El Ojo, les presentamos los mejores comentarios que los asistentes dejaron en www.elojodeiberoamerica.com/twitter.



YoEstoyEnElOjo #elojofestival buenas conferencias.mostrar los casos nuevos hace crecer.rodolfo
2 November 2009, 6:35pm View Tweet

emito29 #elojofestival Ya se viene Manazza!!!
2 November 2009, 6:32pm View Tweet

paty gallardo @elojofestival todo lo mejor para hoy en el #elojofestival EXITOS!!! (hoy no puedo ir)
2 November 2009, 5:15pm View Tweet

YoEstoyEnElOjo #elojofestival esta accion es lo mas original del evento
2 November 2009, 5:42pm View Tweet

petersola #elojofestival segundo tempo de palestras. Agora planejamento, me gusta mucho!
2 November 2009, 5:42pm View Tweet

PuntopyIA #elojofestival García Haymes: "en la web ya no existen líderes de opinión.. todo lo que se diga, queda en tela de juicio"
2 November 2009, 5:12pm View Tweet

spinolaale Logo mais começa palestra do Aloisio Pinto, McCann BR - El potencial creativo no logrado que ofrece el consumidor emergente #elojofestival
2 November 2009, 5:11pm View Tweet

eliaschev Felicitamos al único vzlo de la Short List en El Ojo Classic TV <http://bit.ly/46DJcM#elojofestival>
2 November 2009, 5:11pm View Tweet

manix2005 <http://tweetphoto.com/94126e> Miren que bonito el backstage VIP en #elojofestival. En el fondo Carlitos Perez atacado por la prensa do Bras
2 November 2009, 4:33pm View Tweet

wikot #elojofestival en break y de regreso la conferencia: Radio 2.0, el futuro de la radio hoy
2 November 2009, 3:47pm View Tweet

elmanu23 #elojofestival ademas de excelentes charlas, y piezas increíbles... Las mujeres estan buenisimas! Jajajajajaja
2 November 2009, 2:35pm View Tweet

wikot y tambien el Maria Claudia Posadas Director Creativo y Ernesto Piñerua Project Manager participan en #elojofestival
2 November 2009, 2:12pm View Tweet



BREVES

SourceECreative y un regalo para los invitados de El Ojo

La empresa tiene una extensa base de datos de comerciales publicitarios. En esta edición del festival, propone homenajear a los presentes con una tarjeta que permitirá el acceso gratuito e ilimitado a sus servicios.

Este año El Ojo de Iberoamérica cuenta, al igual que en la edición pasada, con el auspicio de SourceECreative, una empresa dedicada al almacenamiento de comerciales publicitarios, entre otros archivos multimedia. Es por eso que este año, y como regalo en esta nueva edición del festival, decidió hacerle un presente a todos los que apoyen el evento regalándoles una tarjeta con un password, que les permitirá tener acceso ilimitado a los servicios en línea de su sitio web.

Al ingresar a www.sourceecreative.com, los homenajeados podrán acceder a diferentes categorías y, durante tres semanas, tendrán la opción de buscar información sobre spots, contactos, videos musicales y creativos. Además, se podrán descargar programas y crear listas o enviar correos electrónicos a cualquier parte desde las bases de datos aunque no se forme parte de la membresía.

sourceecreative

MacStation un año más junto a El Ojo

A pesar de la crisis, MacStation tuvo un excelente año en la industria argentina. Con proyectos para la apertura de nuevas tiendas, Pablo Lage -Gerente de Marketing de la empresa- opina sobre el vínculo de la empresa con El Ojo de Iberoamérica y mucho más.

- ¿Qué significa para MacStation acompañar a El Ojo de Iberoamérica este año?

- La presencia de MacStation dentro de El Ojo de Iberoamérica siempre ha sido una experiencia gratificante para todo nuestro equipo, no sólo por el reconocimiento de los premios sino también por la amplia concurrencia de público, siempre fiel al mundo Apple. Eso es lo que nos impulsa a seguir acompañando al festival.

- ¿Cuál es el balance de este año para MacStation? ¿Qué planes tienen para 2010 en Argentina a nivel proyectos?


- Si bien a nivel mundial todos sabemos de la crisis desatada, MacStation ha tenido un año excelente, habiendo mantenido el liderazgo en ventas y servicio dentro Argentina. Es decir que finalizamos este año con las expectativas más que cumplidas, seguimos apostando a la apertura de nuevas tiendas pero, esta vez, en distintas ciudades de Gran Buenos Aires y el interior. De esta forma, buscamos acercar a Mac a todo el público y seguir desarrollando acciones vinculadas a la creatividad, el arte, la música, la educación y el uso de la tecnología Apple.

- ¿Cuál es tu opinión del festival El Ojo de Iberoamérica?

- Consideramos al premio como el evento más importante, como su nombre lo indica, a nivel iberoamericano. Creemos que es interesante el reconocimiento que se le da a la publicidad en sus distintos formatos y la forma en la que se puede agrupar al medio para entablar relaciones y seguir potenciando el desarrollo, la formación y el profesionalismo -y no sólo para aquellos que ya ejercen la carrera sino también para los que se están iniciando en este fantástico mundo publicitario.



Pablo Lage, gerente de Marketing de MacStation




SUMMERCART

Mostrate en el verano

- Partido de la Costa ■
- Pinamar ■
- Villa Gesell ■
- Mar del Plata ■
- Miramar ■
- Necochea ■

www.viacart.net | www.circuitouno.com
 Av. Boedo 576 (C1218AAO) | 6º Piso | (5411) 4972-1110
info@viacart.net

VIACART



EL OJO **news**
MAÑANA SE CONOCERÁ LO MEJOR DEL TALENTO JOVEN DE LA REGIÓN

Se eligen los Nuevos Talentos y los Nuevos Realizadores

Durante el tercer día de la doceava edición de El Ojo de Iberoamérica, llegará el turno de la entrega de premios a los Nuevos Talentos y Nuevos Realizadores. En la ceremonia de premiación especial, programada para las 14, se premiará a los mejores de los dos concursos.

Este año El Ojo de Iberoamérica, con el auspicio de MTV Latinoamérica y específicamente en Televisión con el de Platónico, invitó nuevamente a jóvenes profesionales y estudiantes publicitarios a participar del Concurso Nuevos Talentos 2009. Además, observando el nivel académico de la región, el interés creciente de las nuevas generaciones por la industria cinematográfica y el surgimiento de nuevas técnicas y herramientas que facilitan la realización, el festival ha decidido abrir un nuevo espacio para dar mayor visualización a los Nuevos Realizadores y a sus trabajos.

Con objetivo de incentivar el desarrollo de los

futuros profesionales en el ámbito de las comunicaciones y dándoles la oportunidad de mostrar su capacidad y creatividad a la comunidad publicitaria, el Concurso Nuevos Talentos continúa firme y seguro. En esta oportunidad, apela a la creatividad para hacer un llamado a la acción concreta de los individuos, las empresas, los medios, las organizaciones, los gobernantes y las naciones a través de piezas o acciones de comunicación. Para ello, los participantes tuvieron que crear una campaña orientada a como está afectando el cambio climático a su región y sus implicaciones a futuro.

Mientras tanto, se decidió crear un nuevo espacio para los Nuevos Realizadores. Con la seguridad de que *El Ojo* es el momento y el lugar más apropiado para darse a conocer como profesional -o como futuro profesional en el caso de los estudiantes-, se decidió lanzar una nueva propuesta y, de esta forma, dar un lugar sabiendo que las agencias y productoras prestan especial interés al material de las nuevas generaciones en el festival más innovador de la región. El concurso está dirigido a estudiantes de cine y publicidad, profesionales de pequeñas y grandes productoras, realizadores de videos y contenido audiovisual y directores de cine.


Árbol

Casa

Perro

TE AYUDAMOS A RECORDAR
 COMO ERA EL MUNDO FUERA DE LA AGENCIA.
 Reencontrete con el mundo en una picada con amigos.





<http://www.youtube.com/watch?v=O48bnc8X9k>



<http://www.youtube.com/watch?v=Hq5k-1p380g>



<http://www.youtube.com/watch?v=2-0um7N3888>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>



<http://www.youtube.com/watch?v=Ua0-3p0e0k0>

**UN NUEVO BRASIL.
Y LA NUEVA PROPAGANDA
QUE TODAVÍA NO LLEGÓ.**

RUJ I INDENBERG
VICEPRESIDENTE DE CRIACIÃO DE LED TUBO E TUBO
MARTES, 3 DE NOVIEMBRE A LAS 17:00.



El primer día en imágenes



1 - Fernando Campos, Miguel Olivares y Juan Carlos Gómez de la Torre luego de su conferencia. 2 - Uno de los Directores Creativos de Leo Burnett Portugal es entrevistado por la prensa. 3 - Alonso Bastista de Nolk Fischer y jurado de El Ojo 2009. 4 - Gabriel Román de Lowe Ginko da su opinión sobre las piezas finalistas del festival. 5 - Juan Pablo Manazza de Wunderman Argentina comparte con el público asistente luego de su conferencia *Atrápalos si puedes!*. 6 - La gente de Papa Music premiados en la primera Ceremonia de El Ojo 2009. 7 - Carlos Pérez, Presidente de BBDO Argentina firma el libro de conferencistas de este año. 8 - Aloisio Pinto, SVP de Planning de McCann Brasil, luego de su exposición sobre consumidores emergentes es entrevistado en el box de LatinSpots. 9 - Juan Pablo Manazza posa para los flashes luego de su charla sobre comunicación digital. 10 - La gente de Vértigo Films Ecuador, con su premio en la primera jornada del evento. 11 - Los líderes de tres de las agencias latinas independientes más importantes de la región junto a Santiago Keller Samiento, Presidente de El Ojo de Iberoamérica. 12 - Juan Cruz Keller, de Loducca premiado anoche en El Ojo. 13 - Diego Ripoll,



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23

hojea una de las ediciones de LatinSpots luego de su conferencia sobre el futuro de la radio. **14** - Sergio Mugnanni, de Almap BBDO fue jurado de El Ojo de Iberoamérica 2009 y pasó a ver los resultados. **15** - Raquel García Haymes de Movistar, Analia Tiévoli y José Igancio Dotro de CIE y Diego Ripoll debaten sobre su exposición. **16** - Paz Keller, vicepresidenta del festival charla junto a Emiliano Mazza de Paristexas. **17** - Algunos de los conferencistas de esta nueva edición de El Ojo compartieron un almuerzo distendido, el domingo antes de comenzar el evento. **18** - Sergio Mugnanni, recibió el galardón de Almap BBDO en el primer día de premiación. **19** - Johnatan Gurvit se divierte con el premio que su agencia, Ogilvy ganó anoche. **20** - Los asistentes a El Ojo se sorprendieron con la calidad del material presentado y expuesto en la muestras del festival. **21** - Este año, el público puede ver todo el trabajo presentado en computadoras donde se recrea el material inscripto a El Ojo. **22** - Giovanni Rivetti de NewContent Brasil contesta sobre las piezas finalistas de El Ojo Contenido que le tocó juzgar. **23** - Santiago Keller, junto a Toni Segarra, socio y fundador de *S,C,P,F... y próximo conferencista del evento el miércoles por la tarde. **23** - Quino Oneto Gaona, director general creativo de FWK en El Ojo 2009.



ESTAS EN EL OJO 2009



REFERENCIAS

- 1: Epica.** Bebida no alcohólica.
- 2: La Escuelita.** Escuela de creatividad.
- 3: Edifier.** Auspiciante El Ojo Classic Radio.
- 4: Brother.** Escuela de publicidad.
- 5: SIA Interactive.** Dynamic marketing.
- 6: Undergorund.** Escuela de creatividad.
- 7: Getty Images.** Banco de imágenes.
- 8: Salón VIP.**
- 9: SourceCreative.** Recursos audiovisuales.

- 10: Coca Cola.** Bebida no alcohólica.
- 11: Universidad Kennedy.** Universidad.
- 12: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.**
- 13: Animal Print.** Impresión Lenticular.
- 14: Paste.** Impresiones.
- 15: WebAr.** Interactivo.
- 16: Stand El Ojo, LatinSpots, MacStation.**
- 17: Sala de Prensa.**
- 18: Acreditaciones.**

- 19: Exposiciones.** El Ojo Innovador, Promo y Directo.
- 20: Exposiciones.** El Ojo Classic Gráfica, El Ojo Classic Vía Pública, El Tercer Ojo, Campañas Integradas, El Ojo PR, El Ojo Contenido, y El Ojo Local
- 21: Sala de proyección.** Visualización de material audiovisual de finalistas.

CREDITOS

Director y editor responsable:
Santiago Keller Sarmiento.

Coordinación general:
Paz Keller.

Coordinación El Ojo News:
Florencia Vera.

Redacción:
Verónica Miramonte, Victoria López Zanuso, Silvina Vitale.

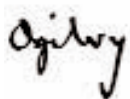
Diseño:
Diego Moreda, Yanina M. García.

Fotos:
Archivo *LatinSpots* y *El Ojo de Iberoamérica*.
Nextart. Ideas en imágenes.

El **Ojo News** es una publicación de **LatinSpots Internacional S.A.**, con domicilio en Nicaragua 6085, Buenos Aires (C1414BWM), Argentina. Teléfono: (5411) 4576-5335. Fax: (5411) 4576-5330. www.latinspots.com / www.elojodeiberoamerica.com

© Derechos reservados. Copyright by LatinSpots Internacional S.A. Registro de Propiedad Intelectual en trámite.

PATROCINAN EL OJO 2009



DRAFTFCB



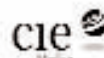
EURO RSCG WORLDWIDE

MCCANN ERICKSON



PUBLICIS

DDB Latina

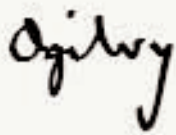


Apertura



EL OJO DE IBEROAMÉRICA AGRADECE A LAS SIGUIENTES EMPRESAS POR SU APOYO EN LA REALIZACIÓN DEL XII FESTIVAL INTERNACIONAL EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2009

Patrocinan



DRAFTFCB

DDB^o Latina



MCCANN ERICKSON



PUB LICIS



Apertura

Auspician

source@creative

santacara nitro

VIACART



AnimalPrint



PARISTEXAS

Edifier

ABRACON



LIFT

Hilton

PLA I ONIC

ARGENTINA turismo

Buenos Aires

Declarado de Interés Nacional por la Secretaria General de la Presidencia de la Nación

Apoyan

BERN.TV



[bp]

WebAr



Sócuplastic

Litera

la2

MANIFESTO



Galeries

Avante

DeBisico

Braca Unio

PALADINI

LQF

WASUBTE

apiluzada

Winner

MacStation



web2011

Printer X

HETROVISION

Logo

Logo

Logo

Logo

Logo

uk



tripNow

Logo

paste

PEPSICO

ColorArt

Logo

GRABARTE

d'Quartito

Agradecemos especialmente:

Damian Szpigiel, Axel Kuschevatzky, Lmliano Mazza, Norma Bolandi, Franco Pacullo, Elizabeth Silberstein, Angie Gómez Pizarro, Pablo López Osornio, Jorge Gáner, Nicolás Sande, Diego Moreda, Javans, Manas, Pedro Cifuentes, Paula Albizu, Santiago Schefer, Susana Fernández Iogha, Clara Fernández Madero, Florencia Kessler, Ana Degiuseppe, Guadalupe Rinaldi Justo, Santiago Peydro, Florencia Vera, Cecilia Morbidelli, Soledad Russo, Cecilia Albamonte, María Paula Nieleoni, Valeria Meri Battaglia y a todo el equipo de LatinSpots, LatinSpots.com y El Ojo de Iberoamérica.

Muchas gracias por acompañarnos

Organiza **LatinSpots**

6.5

**seconds
that
matter**

Howard Draft te va a hablar de lo que te importa a tí, no a él. Si lo logra, seguramente vas a tener interés en escucharlo por más tiempo que 6.5 segundos. No te lo pierdas. 3 de noviembre, 11 hs.

DRAFTFCB