

Hoy a las 19.30

Última Gala de Premiación

En la última entrega se conocerán los ganadores de El Ojo Classic, El Tercer Ojo, Campañas Integradas y Desempeño por Iberoamérica.

Ganadores del martes

Y&R Perú, Lowe SSP3, Leo Burnett Iberia, DDB Colombia y Del Campo Nazca S&S

Todos los detalles de las agencias ganadoras.

Último día de conferencias

Llegan Wilkie, Hogagen, Manikas, Bo y Sánchez Lamelas

Hoy, la tercer jornada del Ciclo de Conferencias de El Ojo 2011.

Agenda Miércoles 9

8.30 Apertura de Acreditaciones.

8.30 Apertura Área de Exposiciones, Stands, Sala de Prensa y Proyecciones

9.30 Conferencia: **Creatividad es Efectividad**. Por Emma Wilkie, Gerente General del Gunn Report, Reino Unido. Salón de Conferencia.

10.30 Conferencia: **El poder la creatividad y las conexiones**, Por Alexandre Hohages, Facebook Latinoamérica. Salón de Conferencia.

11.50 Conferencia: **La idea es encender el camino de compra de los consumidores**. Por Tina Manikas de Draftfcb Worldwide. Salón de Conferencia.

13.00 Workshop: **Microsoft: Dicen que soy aburrido**. Por Carlos Maltagliatti, Microsoft Advertising. Sala de Proyecciones y Workshops.

14.30 Conferencia: **Aciertos y errores del directos**. Por **Armando Bo**, director y socio de Revolución. Salón de Conferencias.

15.15 Conferencia: **Marketing Beliefs**. Por Javier Sánchez Lamelas de Coca Cola Latinoamérica. Salón de Conferencias.

18.30 Conferencia Presidentes del Jurado de El Ojo de Iberoamérica 2011.

19.30 Ceremonia de premiación: *El Ojo Classic, El Ojo Campañas Integradas, El Tercer Ojo y El Ojo Desempeño por Iberoamérica 2011*.

23.30 Fiesta After El Ojo. Auspiciada por la agencia Coupé.

LO MÁS DESTACADO DE LOS DOS PRIMEROS DÍAS

Inspiración y encuentro de talentos en El Ojo 2011



Dos días de conferencias y premiaciones junto a los líderes más destacados de la industria publicitaria. En esta edición, todo lo que pasó hasta el momento y lo mejor de El Ojo 2011, en fotos.

Segundo día del Ciclo de Conferencias 2011

Un dream team de estrellas sobre el escenario del Hilton Buenos Aires

Ayer se presentaron en el escenario algunas de las figuras más destacadas de la industria. Entre ellos: Del Campo, Sokoloff, Garbutt, Sugiyama y Sasaki.



En esta edición, todos los finalistas de El Ojo Classic, Tercer Ojo y Campañas Integradas

Social by Design



**Alexandre
Hohagen**

VP, Facebook
Latin America

At Facebook, our goal is to make the world more open and connected, and in doing so, we hope that we are also able to help shape the future of how brands engage with people in ways that build a more creative, personalized and social marketing experience.

As we kick off the Festival of Media for Latin America, I think we can all agree that there is a massive opportunity for brands to connect with people across the region. These connections are like no other before. They are happening from friend to friend and a huge reason why they are so powerful is that the web is being rebuilt around people and their real identities. Instead of anonymous posts and chats, people are connecting to people they know every single day. They are connecting to causes they are passionate about, movies they love, and the brands that are interesting or meaningful to them. And they are sharing.

But in order to share, people have to first discover content that they want to share. Some of this will be driven by news and entertainment, but we think a lot of it can be driven by creative marketing experiences. People are in discovery mode on Facebook and that means that while we have an opportunity as brands, we all must think about the way we approach creativity, the way we market products and how we create meaningful experiences in a new way.

This new way is what we call Social by Design, which means to think about social first and put people at the center of everything you do. Social has got to be baked in from the start. One place where we've really seen this come to life is within the gaming industry, which is being fundamentally disrupted by a more social approach to gaming.

Ultimately, we think marketing experiences that are not personalized are going to be increasingly irrelevant to people. Brands that can engage people in a way that is "always-on" will create word of mouth marketing at scale -- and we think this is highly effective for brands and is what we believe will drive success for brands across the region in the future. ■

"People are in discovery mode on Facebook and that means that while we have an opportunity as brands, we all must think about the way we approach creativity, the way we market products and how we create meaningful experiences in a new way."

facebook

Las reglas de la industria publicitaria

Pablo del Campo, el creativo argentino más premiado de los últimos 15 años, brindó una conferencia en la que contó el recorrido que hizo su agencia desde su fundación en el año 2000, a partir de las reglas que impone la industria publicitaria.



Parado en medio de una sala colmada de asistentes se hizo presente en El Ojo de Iberoamérica 2011, Pablo Del Campo, socio fundador y CEO de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, y director regional de Saatchi & Saatchi, quien estuvo a cargo de la conferencia “Reglas del juego”. Recorriendo los pasillos del salón de conferencias, abrió el juego preguntándole al público acerca de sus juegos preferidos y las reglas. Ese fue el puntapié inicial que dio lugar a que el creativo argentino más premiado de los últimos 15 años hable de las reglas propias del juego que él más disfruta, el trabajo en una agencia publicitaria.

Señaló, en primera instancia, la necesidad de tener desafíos claros: ganar cuentas, crecer a nivel creativo, obtener premios, etcétera. De esa forma quedan configurados los objetivos que ayudarán a organizar la agencia, a realizar evaluaciones a medida que el trabajo se vaya desarrollando y una vez terminado. Y en el caso de su agencia, el objetivo más importante que se propusieron desde un primer momento, y que sirvió como principio organizador, fue ganar leones en Cannes con la cuenta más grande que tienen, Procter & Gamble. Y eso lo lograron en 2006 con “Ruta” para Ariel, y luego con “Hermanos” para el mismo anunciante.

También, dentro del juego que propone la industria publicitaria, hizo hincapié en la importancia que tiene elegir con quién jugar, los



compañeros. A partir de ese momento, explicó cómo se fue configurando la agencia que ya tiene más de 11 años en el mercado y que se consagró en 4 oportunidades como la Mejor Agencia de Iberoamérica en El Ojo. La posibilidad de entrar a la red Saatchi & Saatchi, conducida por Kevin Roberts y Bob Isherwood, lo atrajo rápidamente por la posibilidad que brindaba ser parte de “una big network con características de un hot shop”. Durante todos estos años, el equipo de la agencia estuvo conformado por creativos reconocidos a nivel mundial (Batlle, Jáuregui, D’Emilio, Garín, Gil, Bigio, Gurvit) que obtuvieron permios en todos los festivales regionales e internacionales con clientes como Procter & Gamble, Zoo de Buenos Aires, CTI Movil, y Casa Foa, entre otros, y siguen ganando con la actual dirección general creativa de Mariano Serkin y Maxi Itzkoff: “Teletransporter” para Cerveza Andes, “Narigómetro” de BGH y “Chocolatómetro” de Cadbury.

Como en todo juego, hay reglas y variables que no manejamos, pero “en la publicidad tenemos batallas todos los días para construir carrera, siempre da revancha”, afirmó Pablo Del Campo. Y es importante que el publicista sepa combatir la ansiedad y esperar el momento que sea ideal para cada cosa. Eso sucedió con una idea que llevaba más de dos años en su cabeza y que encontró el momento ideal para desarrollarse en 2007: “La batalla de las superficies”, el partido de tenis entre Rafael Nadal y Roger Federer, en una cancha mitad pasto, mitad polvo de ladrillo, para promocionar las Islas Baleares, que fue seguido por más de 200 millones de personas en todo el mundo.

Finalmente, cerró su conferencia haciendo referencia a las reglas de la región que más le gusta: “Iberoamérica es la región más fresca, y formar parte de ello es muy bueno. La regla aquí es la búsqueda de las buenas ideas. Cuando eso sucede, ganamos todos”.

Conexión emocional

El Ojo de Iberoamérica recibió a Chris Garbutt, el creativo que llevó a Ogilvy & Mather París a ser elegida como la Mejor Agencia Europea según Eurobest y a estar entre las 20 mejores del mundo para The Gunn Report. El foco de su conferencia estuvo puesto en la forma de generar conexión con los consumidores en el mundo actual.



El creativo nacido en Sudáfrica, Chris Garbutt, tuvo a su cargo la conferencia “Confortablemente entumecido”.

Decidió que el encuentro lleve ese nombre porque así cree que los consumidores perciben a la industria publicitaria. El debate se abrió cuando afirmó que *“la gente odia la publicidad, y muchos de los que forman esta industria no lo quieren ver”*.

Frente a este escenario, planteó que hay que encontrar formas innovadoras para generar conexión con la gente, y expuso su *“Teoría del primer segundo y la aspiradora”*, que rige la creatividad de las ideas: luego de un arduo día de trabajo, las personas solo dan una oportunidad para que les vendan algo, por lo que es central qué se dice en ese primer segundo

de contacto. Si se dice algo ingenioso e inesperado, la comunicación puede tener éxito, si no, la oportunidad se perdió.

Chris Garbutt, quien este año fue jurado de Films en Cannes, contó que allí se destacaron aquellos trabajos que movilizaron emocionalmente a la gente (en contraposición a 2010, cuando la tendencia la marcaban los desarrollos tecnológicos). Y, entendiendo que “estamos en el negocio de contar historias que hagan que la gente sienta algo”, mostró 5 casos paradigmáticos del reciente festival de Cannes: Chrysler comunicó orgullo, Volkswagen Passat logró hacer reír, Dead Island produjo horror, Nike inspiró a sus consumidores, y Puma hizo que se sientan héroes.

CICLO DE CONFERENCIAS EL OJO 2011

Todo lo que necesitas es amor

Se dice que el amor mueve montañas. Claramente, la industria publicitaria no tendría por qué quedarse afuera. Luca Lindner, presidente de McCann Erickson Latinoamérica, África y Medio Oriente, dio su charla en el segundo día de El Ojo 2011.

“No podrán pertenecer a esta industria si no sienten amor por el cliente, por la marca y –fundamentalmente– por la creatividad. Ese es el eje de nuestra profesión, creativos”, sentenció Luca Lindner en el segundo día del Ciclo de Conferencias de El Ojo de Iberoamérica 2011. El año pasado, el publicista ascendió de cargo y hoy es el presidente de McCann Erickson Latinoamérica, África y Medio Oriente.

El publicitario italiano brindó su charla a sala llena y, en ella, hizo hincapié en el cuidado que hay que brindarles a las ideas para que logren llegar a convertirse en grandes trabajos. *“El objetivo es que cada una de ellas se geste y nazca pero para eso tenemos que trabajar duro, porque siempre existe riesgo de que muera”*, sostuvo Lindner.

Asimismo, aseguró que para estar en el negocio de la publicidad hay que dejar los prejuicios de lado y estar totalmente permeables para recibir enseñanzas de los clientes e, incluso, de colegas más jóvenes. *“Tampoco olviden que es imprescindible que sean curiosos si quieren tener éxito. Tengamos ansias de descubrir, de innovar”*, comentó.

Respecto a sus nuevos mercados de Medio Oriente y África, el publicista marcó los diferentes estereotipos que tiene cada región. En cuanto a la industria africana, dijo: *“Tenemos muchos planes pero no se verán grandes cosas hasta dentro de cinco o diez años”*. Y, respecto a la principal diferencia entre la publicidad europea y la latinoamericana, sostuvo: *“Latinoamérica es diferente: hay curiosidad”*.



Dentsu Japón propone buena innovación

Kotaro Sugiyama y Yasuharu Sasaki son japoneses y su país está segundo en el ranking de mercados publicitarios. En esta oportunidad, compartieron su charla en el segundo día de El Ojo 2011 y mostraron el concepto que llevan como slogan: "Good Innovation", entre otros.

Los creativos japoneses de Dentsu, Kotaro Sugiyama y Yasuharu Sasaki, presentaron su charla denominada "Buena innovación en el terreno digital". A lo largo de la misma, el público se mostró muy receptivo y escuchó atentamente a los consejos que brindaron los publicitarios y los ejemplos que mostraron sobre la publicidad de Oriente.

Japón es el segundo país en el mercado de la publicidad y Dentsu es una empresa japonesa de comunicaciones que se expande, hoy tiene varias sedes en todo el mundo, con foco en el negocio digital y global. Su slogan es "Buena innovación", y ellos la definen como aquella capacidad de cambiar las ideas y las tecnologías pero también la forma en la que las personas actuamos y las conductas que desplegamos en los distintos aspectos de nuestras vidas.

"La tecnología es solamente un medio pero tenemos que entender las emociones de los seres humanos para llegar a ellos y lograr conectar la marca con su target", sostuvo Kotaro Sugiyama, Executive Advisor de Dentsu Japón. "Si no hay emoción, no hay innovación. Hay que contar buenas historias para llegar a la gente", aseguró Yasuharu Sasaki, Executive Creative Director/Digital de la agencia, y agregó: "Con el ritmo de vida actual, los usuarios están siempre muy ocupados en su rutina y la tecnología, a veces, mata las emociones. Nuestro lugar como creativos es pensar en cómo despertarlas".

Sasaki, por su parte, remarcó que hay que cambiar la mente de las personas. También admitió que estamos en una era en la que no podemos descartar a los medios sociales, es su tiempo y es necesario escuchar lo que los consumidores tienen para decirnos. Tenemos que estar atentos a las ideas que se generan a través Facebook, Twitter y otros medios sociales, pero contactarlos no siempre significa intentar venderles algo sino comprender la esencia de su comportamiento.



Ayudar al prójimo

Según José Miguel Sokoloff, la publicidad tiene el poder de cambiarle la vida a las personas pero muchas veces lo olvida. Es por eso que el chairman de Lowe/SSP3 y recientemente presidente del Consejo Mundial Creativo Mundial de la red propone hacer foco en aquellas adversidades y comenzar a tenerlas más en consideración para hacer la diferencia.



“La publicidad ya te cambió la vida, ahora tú cámbiasela a alguien” es el título de la conferencia que brindó José Miguel Sokoloff en el segundo día de El Ojo 2011. En ella, el chairman de Lowe/SSP3, coordinador creativo regional

para Latinoamérica y presidente del Consejo Creativo Mundial de Lowe mostró diferentes campañas publicitarias que buscaban persuadir a los guerrilleros colombianos a desvincularse de las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia). Hacia allí fue la charla del publicitario: *“Se trata de cambiar las vidas de las personas. La publicidad tiene ese poder pero muchas veces se nos olvida”*. El primer ejemplo que presentó Sokoloff fue el de *“Operación Navidad”*. Para este proyecto, cerca de doscientos hombres de la Fuerza de Despliegue Rápido se infiltraron en las selvas de la Serranía de La Macarena, con el objetivo de ubicar en medio de la noche, un árbol de más de 25 metros de altura y adornarlo con luces

navideñas. De esta manera, el Ministerio de Defensa y las fuerzas militares, llevaron la celebración navideña hasta la selva, con el propósito de invitar a los guerrilleros a desmovilizarse y recuperar su libertad.

Asimismo, el presidente de Jurado de El Ojo Radio mostró algunos otros mensajes grabados por ex guerrilleros que habían decidido liberarse, así como también otros de Ingrid Betancourt y Shakira para desmovilizar el secuestro. *“Con todo nuestro trabajo, hemos logrado cambiarle la vida a tantos que se desvincularon de las guerrillas y a millones de colombianos asediados por éstos”*, finalizó. Si todos ponemos nuestro granito de arena, al final del día, lograremos hacer la diferencia.

EN EL ESCENARIO DEL HILTON BUENOS AIRES

La tecnología al servicio de la publicidad

Darren McCormick, apasionado por los medios digitales, las tecnologías aplicadas al marketing y las nuevas plataformas creativas, tuvo a cargo la conferencia de Microsoft Advertising, en la que expuso los principales desarrollos de su empresa para la industria publicitaria.

En la apertura de la segunda jornada de El Ojo de Iberoamérica 2011, Darren McCormick, Global Agency Director de Microsoft Advertising, en su primera visita al país, tuvo a su cargo la conferencia *“Master en nuevas tecnologías”*.

Comenzó el encuentro explicando que la industria publicitaria siempre se encargó de contar historias, y que ahora, con el desarrollo de lo digital, *“la forma de contarlas es cada vez más robusta, y hay más medios y dispositivos para hacerlo”*. Su exposición recorrió tres áreas en las que se reúnen los desarrollos tecnológicos de su empresa: el consumidor, el trabajo y el juego.

En primer lugar mostró el caso *“Decode Jay-Z”*, desarrollado para la promoción de su libro a través de soportes nunca usados (el fondo de una piletta, platos y toallas, entre otros). El trabajo consistió en contar una historia transmediática que hizo que Bing aumentara exponencialmente sus visitas.

Luego, mostró a través de la X-Box y Connect, cómo la tecnología y sus nuevas pantallas nos entretienen, permiten que interactuemos, y se constituyen como herramientas para generar diálogo con los consumidores, y entre ellos. Por último, expuso el trabajo que Microsoft Advertising viene desarrollando para la expansión de los espacios publicitarios, en los que el consumidor cada vez tiene más control, e



invitó a que la industria publicitaria aproveche las múltiples pantallas disponibles (tal como lo hizo Wendy's en el Reino Unido), haciendo un uso correcto de cada una de ellas, de acuerdo a la personalidad que tienen.

Adobe protagonizó el segundo Workshop del festival

Adobe Systems Incorporated, la empresa que ofrece soluciones de software empresariales, creativas y para dispositivos móviles fue la protagonista del segundo workshop de El Ojo 2011. Raimundo Illanes es Evangelista de Adobe DPS y centró su charla sobre publicaciones para tablets de cualquier tipo.

Raimundo habló sobre las facilidades que puede presentar Adobe a la hora de distribuir el contenido que diseñen en cualquier tableta. Además, Illanes hizo foco en la forma en que se pueden elaborar fácilmente revistas digitales, periódicos, catálogos de tiendas y mucho más con los conocimientos que ya tienen en las herramientas de diseño de Adobe: *"El usuario diseña y Adobe lo convierte en digital. Es una solución hospedada para editores que permite crear, distribuir y monetizar revistas digitales a través de dispositivos y mercados"*.

Luego, el consultor para Latinoamérica para Adobe Systems contó la importancia que es-



tas herramientas tienen a la hora de presentar piezas publicitarias otorgando un contenido 100% audiovisual, con la posibilidad de sumar videos a los avisos de gráfica, incorporar paneos en 360 grados y "permite mos-

trar todos los atributos publicitarios existentes en forma audiovisual", aseguró Illanes. Mostró en su charla a todos los presentes que se pueden incorporar en las fotos zoom y paneos completos en 360 grados dentro de las mismas.

Antes de terminar, se distribuyó entre los presentes un formulario generado por Adobe Argentina. A partir de esa encuesta, sortearon una capacitación de dos horas de dedicación exclusiva para el ganador, donde de enseñará una actualización sobre las herramientas en la versión CS 5.5 que comprenden: Flash Catalyst, Flash Dreamweaver, InDesign y algunos tips de Photoshop e Illustrator.



Conferencias | Miércoles



9.30 HS – EMMA WILKIE



The Gunn Report: Creativity Is Effective

En 2007 creó The Gunn Report Company junto con Donald Gunn y, en su rol de gerente general, actualmente es la persona que investiga y supervisa la producción de la publicación. En esta decimocuarta edición de El Ojo de Iberoamérica, Emma Wilkie llega para compartir su experiencia en el mundo de la comunicación y el sector editorial, con la comunidad latina.

10.30 HS – ALEXANDRE HOHAGEN



The Power of Creativity and Connections

El VP para Latin America de Facebook ha tenido un largo y exitoso recorrido por importantes empresas de nivel internacional. Pasó por Dow Chemical Brasil, Boehringer Ingelheim y ABN Amro Bank, entre otros. Este año fue convocado para ocupar la vicepresidencia de Facebook en Latinoamérica y llega para compartir su experiencia en el rubro con la comunidad regional.

11.50 HS – TINA MANIKAS



La idea es encender el camino de compra de los consumidores

Es la vicepresidente ejecutiva de Draftfcb y se especializa en el análisis del comportamiento impulsado por las activaciones, así como en el branding y comunicación en retail. Hoy es una líder reconocida en la industria y se presenta este año en El Ojo de Iberoamérica con su conferencia "La idea es encender el camino de compra de los consumidores".

14.15 HS – ARMANDO BO



Aciertos y errores del director

Es uno de los directores de publicidad y cine más destacados en el medio y tercera generación de realizadores. A principios de 2011, estrenó su primera película: Biutiful. El socio fundador de Revolución se presentará en El Ojo de Iberoamérica para dar su conferencia "Aciertos y errores del director".

15.315 HS – JAVIER SÁNCHEZ LAMELAS



Marketing Beliefs

El VP de Latin America Group Marketing de Coca Cola llega a El Ojo para develar algunos de los misterios que esconde el marketing actual. Hoy, desde la oficina de México, está a cargo de la empresa multinacional en toda Latinoamérica y es el responsable de llevar adelante alguna de las campañas más reconocidas del mundo publicitario.

16.30 HS – MARIANO SERKIN, JOSÉ MARÍA ROCA DE VIÑALS, ANSELMO RAMOS, JOSÉ MIGUEL SOKOLOFF, FERNANDO BELLOTTI, FERNANDO CAMPOS, MIGUEL CALDERÓN, RODOLGO BORRELL, JAIME ROSADO Y ANDY FOGWILL



La visión de los encargados de elegir los Grandes Ojos 2011

Serkin (Cine/TV), Roca de Viñals (Gráfica), Ramos (Vía Pública), Sokoloff (Radio), Bellotti (Tercer Ojo, Campañas Integradas y Sustentable), Campos (Innovador), Calderón (Interactivo), Borrell (Directo), Rosado (Promo) y Fogwill (Producción) aportarán su visión de la elección presencial de los GP del festival, en su segundo año consecutivo.



después del ojo viene el personal digital fest. a esta altura del año no hay agenda que aguante

del 8 al 13 de noviembre a las 20:30 en el edificio de telecom
[alicia m. justo 50] vení al festival digital interactivo donde
cada persona podrá expresar qué es lo que la hace diferente
y verlo proyectado en el edificio. también habrá juegos, música,
videos y otras sorpresas. más información en personal.com.ar

Personal

cada
persona
es un
mundo

EL LISTADO DE TODOS LOS QUE SE LLEVARON GALARDONES AYER POR LA NOCHE

Ganadores

El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, Mejores Postales, El Ojo Directo, El Ojo Promo y El Ojo PR

En un mundo cada vez más integrado, ayer por la noche se conocieron los ganadores de la región en interactivo, ideas innovadoras, postales publicitarias, acciones de marketing directo, promociones y relaciones públicas.

GANADORES EL OJO INTERACTIVO - PREMIO AUSPICIADO POR MICROSOFT ADVERTISING					
Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Fiat Street Evo	Leo Burnett Iberia (España)	Fiat España	Fiat Evo	España
IT1 - Banners espacio fijo					
ORO	La gran venta de banners	Ogilvy Brasil	GRAACC	Corporate	Brasil
PLATA	Buscador	Ogilvy México	Mattel México	Scrabble	México
BRONCE	Maze	AgênciaClick Isobar	Fiat Brasil	Uno Sporting	Brasil
BRONCE	River raid	AgênciaClick Isobar	Fiat Brasil	Uno Sporting	Brasil
IT2 - Banners dinámicos / expandibles					
ORO	Mobile Check in	Almap BBDO	Gol Linhas Aereas	Check In Eletrónico	Brasil
PLATA	Dove NFL	Grupo W	Unilever México	Dove Men Care	México
BRONCE	Banner invisible	Tribal DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Programa contra Minas Antipersonales	Colombia
BRONCE	Eje	Almap BBDO	Audi	Audi Quattro	Brasil
IT3 - Microsites - Productos					
ORO	Real map	AgênciaClick Isobar	Fiat Brasil	Bravo	Brasil
BRONCE	Chiche y su detector de mentiras	Mundo Buenos Aires	Cervecería y Maltería Quilmes	Quilmes	Argentina
BRONCE	Playenglish traductor online	TBWA \ España	Sony España	Playstation	España
BRONCE	The next superhero	Grupo W	Unilever México	Rexona men superhero	México
IT4 - Microsites - Servicios					
ORO	IceXmas	JWT España	PARADORES DE TURISMO	Paradores	España
ORO	TwitTV	Loducca	Loducca	Institucional	Brasil
BRONCE	El último libro del mundo	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
BRONCE	Textwars	McCann Erickson España	Movistar España	BlackBerry Torch 9800 smartphone	España
IT5 - Microsites - Bien Público					
ORO	El poder de la música	Young & Rubicam Colombia	Cartagena Festival Internacional de Música	Festival de Música de Cartagena	Colombia
PLATA	Emplea bien tu tiempo	McCann Erickson España	Pericial Selección España	E-mplea	España
BRONCE	Havaianas Ipê	Almap BBDO	São Paulo Alpargatas	Havaianas Special Collection	Brasil
IT6 - Sitios web - Imagen Corporativa y/o Autopromoción					
ORO	Polo de Inaccesibilidad	JWT España	Gmodelo España	Cerveza Corona	España
PLATA	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
BRONCE	¿Este troll es suyo?	JWT Brasil	Troller	Troller T4	Brasil
BRONCE	AACD 404	Fischer & Friends	AACC Brasil	Institucional	Brasil
BRONCE	We are the men	Grupo W	Unilever de México	Rexona For Men	México
IT7 - Sitios web - Productos y Servicios					
ORO	Slang	Grupo W	Slang	Slang	México
PLATA	The 21st Century Beetle - El Lanzamiento	Kansei Lab y Asociados S. A. de C.V	Volkswagen México	The Beetle	México
PLATA	Yovivoenfnac.es	Arena	FNAC	FNAC	España
IT8 - Sitios web - Bien Público					
ORO	Tweet de luto	Ogilvy Argentina	AMIA	17º aniversario	Argentina
PLATA	Portugal + Feliz	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Cruz Vermelha Portuguesa	Portugal + Feliz	Portugal
BRONCE	2 faces	Wiz Interactive			Portugal
IT9 - Advergaming					
ORO	Livefrog	Ogilvy Brasil	Allianz Seguros	Insurance	Brasil
PLATA	Andes Friend Recovery	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev	Cerveza Andes	Argentina
BRONCE	Twitter Jeep Puzzle	Leo Burnett Iberia (España)	Jeep International	Jeep	España
IT10 - Interactive tools					
ORO	Street art view	Loducca	Red Bull Brasil	Institucional	Brasil
PLATA	Excellbook	4AM Saatchi & Saatchi	Diesel Guatemala	Diesel	Centroamérica y Caribe
BRONCE	The tweeting fridge	Wunderman Brasil	Danone	Bonafont	Brasil
BRONCE	Twitter zoom	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Volkswagen Fox	Brasil
IT11 - Mobile					
ORO	Fiat Street Evo	Leo Burnett Iberia (España)	Fiat España	Fiat Punto Evo	España
PLATA	Have a Camper day for iPad	Herraiz Soto & Co España	Camper España	Moda calzado	España
BRONCE	Mobile Check in	Almap BBDO	Gol Linhas Aereas	Check In Eletrónico	Brasil

EL LISTADO DE TODOS LOS QUE SE LLEVARON GALARDONES AYER POR LA NOCHE

GANADORES | EL OJO INTERACTIVO - PREMIO AUSPICIADO POR MICROSOFT ADVERTISING



Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
BRONCE	Ringtonicos	Almap BBDO	Casa do Zezinho	Casa do Zezinho	Brasil
IT12 - Email Marketing					
ORO	Un asunto que necesita tu atención	Lowe Ginkgo	S.O.S. Canino	S.O.S.	Uruguay
PLATA	El primer comercial en pdf	Ogilvy México	Naturalia A.C.	Naturalia A.C.	México
PLATA	Igual no se repite	Proximity Colombia	Absent Papa	Evento	Colombia
BRONCE	Blanco más blanco	Proximity Colombia	Terinsa	Esmalte Blanco Más Fuerte	Colombia
IT13 - Viral Marketing					
PLATA	TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenosaires	Tedxbuenosaires	Argentina
BRONCE	De Perú for Peru	Young & Rubicam Perú	PromPerú	Marca país	Perú
BRONCE	Globos	Loducca	MTV Brasil	Institucional	Brasil
BRONCE	Ilusão de óticas	Leo Burnett Tailor Made	Samsung Brasil	Impresora	Brasil
BRONCE	Poolball	Ogilvy Argentina	CCU Argentina	Budweiser	Argentina
IT14 - Branded Content					
ORO	Fiat Mio	AgênciaClick Isobar	Fiat Brasil	Fiat Mio	Brasil
PLATA	Narigones	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
BRONCE	Drunk Valet	Ogilvy Brasil	Bar Aurora & Boteco Ferraz	Corporate	Brasil
BRONCE	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
BRONCE	Santa's forgotten letters	Ogilvy Brasil	Coca Cola Brasil	Corporate Image	Brasil
IT15 - Campaña Online					
ORO	El primer video de youtube que cuesta 1,20.	Ogilvy España - Bassat Ogilvy Madrid	ING Direct	Campaña de Navidad	España
BRONCE	Cardenosa	DDB España	Terra España	Terra Deportes	España
BRONCE	FNAC yovivoenfnac.es	Arena	FNAC	Fnac	España

GANADORES | EL OJO INNOVADOR

Pieza	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	El código	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Institucional	Colombia
CM1 - Cine / TV					
ORO	Papelitos	Euro RSCG Gurisa	Fábrica Nacional de Cerveza	Pilsen	Uruguay
PLATA	Cerveja El Ojo	Santa Clara	El Ojo de Iberoamerica	Festival El Ojo de Iberoamerica	Brasil
BRONCE	Subtítulos	Ogilvy Perú	English Excellence	English Excellence	Perú
BRONCE	Videodegradable	McCann Erickson España	Greenpeace España	Greenpeace	España
CM2 - Gráfica					
PLATA	Bolsa de aire	Loducca	Peugeot do Brasil	Institucional	Brasil
PLATA	Hidden messages	Grey Puerto Rico	Casa De Niños Manuel Fernandez Juncos		Puerto Rico
BRONCE	Making Of	Almap BBDO	O Boticário	Make B	Brasil
BRONCE	Sin letra	Sancho BBDO	Presidencia de la República de Colombia	Colombia Humanitaria	Colombia
CM3 - Radio					
ORO	El código	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Institucional	Colombia
PLATA	Sonrisa	DDB Brasil	Brastemp	Institucional	Brasil
BRONCE	El primer radio que se lee	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
BRONCE	Frecuencelo	Young & Rubicam Colombia	Cartagena Festival Internacional de Música	Cartagena V Festival Internacional de Música	Colombia
CM4 - Via Pública					
ORO	Narigones 1	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
PLATA	Fiat Street Evo	Leo Burnett Iberia (España)	Fiat España	Fiat Punto Evo	España
BRONCE	Amia colectivo	Ogilvy Argentina	AMIA	17º Aniversario	Argentina
BRONCE	Curriculum Gigante	Santa Clara	Veris Facultades	Curriculum Gigante	Brasil
CM5 - Medios Alternativos					
ORO	TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenosaires	Tedxbuenosaires	Argentina
PLATA	Andes friend recovery	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Andes	Argentina
BRONCE	Live frog	Ogilvy Brasil	Allianz Seguros	Insurance	Brasil
CM6 - Mix de Medios					
ORO	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
PLATA	Atentado al olvido	Ogilvy Argentina	AMIA	17º Aniversario	Argentina
BRONCE	Día Isma	McCann Erickson España	Coca Cola España	Nestea	España
BRONCE	Universidad Chevrolet para taxistas	Sancho BBDO	General Motors Colombia	Chevrolet	Colombia
CM7 - Acciones en el espacio público					
ORO	TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenosaires	Tedxbuenosaires	Argentina
PLATA	Drunk valet	Ogilvy Brasil	Bar Aurora & Boteco Ferraz	Corporate Image	Brasil
BRONCE	Alentómetro	Ogilvy Argentina	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
BRONCE	Energía	McCann Erickson España	Movistar España	Imagenio	España
CM8 - Sponsorship					
ORO	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
BRONCE	De la victoria a la gloria	Fahrenheit DDB	Nike Perú	Camiseta Alianza Lima	Perú
BRONCE	La llamada más larga	Conill Saatchi & Saatchi	T-Mobile USA	Telefonía Celular	Estados Unidos (Hispano)

GANADORES | EL OJO POSTALES

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
FC1 - Productos y Servicios. Institucional e Imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios					
PLATA	Voyerista	Sancho BBDO	Casa Luker	Luker Café	Colombia
PLATA	Licuada	FWK Argentina	Museo del Holocausto	Museo	Argentina
FC2 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos					

EL LISTADO DE TODOS LOS QUE SE LLEVARON GALARDONES AYER POR LA NOCHE

GANADORES | **EL OJO POSTALES**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
PLATA	Postales Amia	Ogilvy Argentina	AMIA	17º Aniversario	Argentina
BRONCE	Ciudad	FWK Argentina	Missing Children	ONG	Argentina
FC3 - Formatos No Convencionales					
ORO	La postal que brandea	Publicis Colombia	Renault Colombia	Vehiculos Utilitarios	Colombia
BRONCE	Lija	Aguayo Publicidad	Azul K	Cremas Corporales Carey	Colombia
FC4 - Campañas					
ORO	Erecciones 2011	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipan, Primavera 2011	Argentina
PLATA	Lee más	Mayo Drafftcb Ecuador	Librería Rayuela	Librería Rayuela	Ecuador
BRONCE	Cerdo, vaca y pollo	Sancho BBDO	Bayer Consumer Health Care	Alka Seltzer	Colombia

GANADORES | **EL OJO DIRECTO**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Operación Navidad	Lowe SSP3	Ministerio de Defensa de Colombia	PAHD	Colombia
MD1 - Correo Directo					
ORO	Agua graveto e rocha	Leo Burnett Tailor Made	Chrysler Brasil	Jeep - Chrysler	Brasil
PLATA	Breakfast reminder	Wunderman Brasil	Danone Brasil	Actimel	Brasil
BRONCE	Post it - Whitening notes	Publicis Brasil	Procter & Gamble Brasil	Oral-B Pro Heakth Whitening	Brasil
MD2 - Medios Masivos Audiovisuales (Cine/ TV, Radio, Gráfica y Vía Pública)					
ORO	Vallas	Pagés BBDO	Unicef República Dominicana	No violencia contra la niñez	Centroamérica y Caribe
PLATA	A mitad de precio	Ogilvy Guatemala	Claro Guatemala	Paquete de canales HBO max	Centroamérica y Caribe
BRONCE	La cartelera supersticiosa	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Freeport Outlet	Freeport	Portugal
MD3 - Medios Digitales (Internet / Celulares)					
ORO	Gamemory	McCann Erickson España	AFAL - Asociación Nacional del Alzheimer	AFAL contigo	España
PLATA	Street art view	Loducca	Red Bull Brasil	Institucional	Brasil
PLATA	Videodegradable	McCann Erickson España	Greenpeace España	Greenpeace	España
BRONCE	Excellbook	4AM Saatchi & Saatchi	Diesel Guatemala	Diesel	Centroamérica y Caribe
MD4 - Medios Alternativos					
PLATA	Arte con vino	Leo Burnett Colombiana	Diageo Colombia	Navarro Correas	Colombia
PLATA	Axn TV boxes	Publicis Brasil	Sony Entertainment Television Brasil	AXN/Chanel	Brasil
PLATA	Voces por la libertad	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Voces por la libertad	Portugal
BRONCE	Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil
BRONCE	Mirrors	Drafftcb México	Secretaría de Seguridad Pública	089 Denuncia Anónima	México
MD5 - Acciones en el campo					
ORO	Alentómetro	Ogilvy Argentina	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
ORO	Operación navidad	Lowe / SSP3	Ministerio de Defensa Colombia	PAHD	Colombia
PLATA	Santa's forgotten letters	Ogilvy Brasil	Coca Cola Brasil	Corporte Image	Brasil
BRONCE	Bafometro da boa	Almap BBDO	Ambev Brasil	Antarctica	Brasil
MD6 - Campaña Integral de Marketing Directo					
ORO	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
ORO	Yo nado con Marcos	Pagés BBDO	Naciones Unidas	Objetivos de Desarrollo del Milenio	Centroamérica y Caribe
PLATA	Chao pescao	Puerto Publicidad	Chao Pescado	Chao Pescao	Chile
BRONCE	La mejor excusa del mundo	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Argentina
MD7 - Mejor Acción generadora de ventas para la marca					
ORO	Narigones 1	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
PLATA	Viví mas liviano	Human	Coca Cola Argentina	Coca Cola light	Argentina
BRONCE	Mirrors	Drafftcb México	Secretaría de Seguridad Pública	089 Denuncia anónima	México
MD8 - Mejor Acción generadora de fidelidad y/o construcción de marca					
ORO	Universidad Chevrolet para taxistas	Sancho BBDO	General Motors Colombia	Chevrolet	Colombia
PLATA	Alentómetro	Ogilvy Argentina	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
BRONCE	Breakfast reminder	Wunderman Brasil	Danone Brasil	Actimel	Brasil

GANADORES | **EL OJO PROMO**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Narigones 1	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aire Acondicionados	Argentina
PM1 - Promociones en el punto de venta					
ORO	Drunk valet	Ogilvy Brasil	Bar Aurora & Boteco Ferraz	Corporate	Brasil
PLATA	La compra más rápida	Circus Marketing	Puma México	Puma Faas	México
PLATA	Mitad para la felicidad	Almap BBDO	Casa Do Zezinho	Casa Do Zezinho	Brasil
BRONCE	La mejor excusa del mundo	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Argentina
PM2 - Eventos, auspicios y patrocinios.					
ORO	TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenaosaires	Tedxbuenaosaires	Argentina
PLATA	Santa's forgotten letters	Ogilvy Brasil	Coca Cola Brasil	Corporate Image	Brasil
BRONCE	Alentómetro	Ogilvy Argentina	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
PM3 - Promociones de descuentos y bonificaciones					
ORO	Narigones 1	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
PLATA	El hombre que lo regaló todo	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Temporada de Casa 2011	Colombia
BRONCE	La gran venta de banners	Ogilvy Brasil	Graacc	Corporate	Brasil
PM4 - Premios y recompensas. Sampling y packaging.					
ORO	Fantasías Richie	Circus Marketing	Unilever	Axe 2012	México
PLATA	Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil
BRONCE	Magazine Transfertoye	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard Magazine	Brasil
BRONCE	Mr Brown	McCann Erickson Colombia	Bimbo de Colombia	Brownies Mr. Brown	Colombia

EL LISTADO DE TODOS LOS QUE SE LLEVARON GALARDONES AYER POR LA NOCHE

GANADORES | EL OJO PROMO

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
PM5 - Promociones integradas					
ORO	Atentado al olvido	Ogilvy Argentina	AMIA	17º Aniversario	Argentina
PLATA	Bafometro da boa	Almap BBDO	Ambev Brasil	Antarctica	Brasil
BRONCE	Yo vivo en fnac	Arena	FNAC	Fnac	España
PM6 - Lanzamiento de producto.					
ORO	Sastrería Mr Lee	Leo Burnett Iberia (España)	Sony España	Juego PS3 DC Universe Online	España
PLATA	De Perú for Peru	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	Marca País	Perú
BRONCE	Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil
BRONCE	La compra más rápida	Circus Marketing	Puma México	Puma Faas	México
PM7 - Posicionamiento					
ORO	TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenosaires	Tedxbuenosaires	Argentina
PLATA	Poolball	Ogilvy Argentina	CCU Argentina	Budweiser	Argentina
BRONCE	Universidad Chevrolet para taxistas	Sancho BBDO	General Motors Colombia	Chevrolet	Colombia
PM8 - Activación					
ORO	Operación navidad	Lowe / SSP3	Ministerio de Defensa Colombia	PAHD	Colombia
ORO	Subtítulos	Ogilvy Perú	English Excellence	English Excellence	Perú
PLATA	Andes friend recovery	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Andes	Argentina
BRONCE	El hombre que lo regaló todo	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Temporada de Casa 2011	Colombia

GANADORES | EL OJO PR

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	De Perú for Perú	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	De Perú para Perú	Perú
PR1 - Acciones para el consumidor					
ORO	Universidad Chevrolet para taxistas	Sancho BBDO	General Motors Colombia	Chevrolet	Colombia
PLATA	Autocine	Ogilvy Colombia	Coca Cola Colombia	Coca Cola Mini	Colombia
BRONCE	Este país está lleno de gloria	Young & Rubicam Colombia	Telefónica Telecom Colombia	Patrocinio Selección de Fútbol	Colombia
PR2 - Acciones de Comunicaciones corporativas					
ORO	De Perú for Perú	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	De Perú para Perú	Perú
PLATA	42195 km - un documental	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Lidl & Cº	proyecto VIVA	Portugal
BRONCE	La mirada de las marcas	JWT Brasil	JWT Brasil	Institucional	Brasil
PR3 - Manejo de Crisis					
ORO	Pajaros twitter	House Rapp	Preserve Planet	Preserve Planet Institucional	Centroamérica y Caribe
PLATA	Somos muchos	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA		Estados Unidos (Hispano)
BRONCE	Menos malo	Father	Partido Unidad Social Cristiana	Luis Fishman	Centroamérica y Caribe
PR4 - Bien Público					
PLATA	Dedo	McCann Erickson Colombia	Ministerio de Defensa Colombia	Ejército Nacional de Colombia	Colombia
PLATA	Remángate	Proximity Colombia	Arcangeles Grupo Social Empresarial	Remángate	Colombia
BRONCE	Cumbre Internacional del medio ambiente	Maruri Grey	Cumbre internacional del medio ambiente	Cumbre Internacional del Medio Ambiente	Ecuador
BRONCE	Operación navidad	Lowe / SSP3	Ministerio de Defensa Colombia	PAHD	Colombia
PR5 - Acciones Digitales y en Redes Sociales					
ORO	El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
PLATA	Fiat mio	AgênciaClick Isobar	Fiat	Fiat Mio	Brasil
BRONCE	El poder de la música	Young & Rubicam Colombia	Fundación Víctor Salvi	Festival de Música de Cartagena	Colombia
BRONCE	Fantasías Richie	Circus Marketing	Unilever México	Axe 2012	México
BRONCE	Pioneros McDonald's	DDB México	Mc Donald's México	25º aniversario	México
PR6 - Campañas					
ORO	Tá lísito	NewStyle	Procter & Gamble	Gillette Mach3 Sensitive	Brasil
ORO	Yo nado con Marcos	Pagés BBDO	Naciones Unidas	Objetivos de Desarrollo del Milenio	Centroamérica y Caribe
PLATA	La mejor excusa del mundo	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Argentina
BRONCE	Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil

Foro Iberoamericano de Producción

Queremos volver a invitar a todos aquellos que deseen asistir al **Foro Iberoamericano de Producción** que se estará realizando mañana en la Sala de Proyecciones y Workshops a las 15 horas, dedicado a entender qué pasa hoy en el mercado y como está cambiando el negocio de la producción audiovisual.

Debatirán y reflexionarán al respecto: Irma "Jimmy" Palma, Productora Independiente, **Andrés Rosenblatt**, Productor Ejecutivo de Metrópolis Films y **José Arnal**, Productor Ejecutivo de La Doble A.

Del Campo Nazca S&S, DDB Colombia, Leo Burnett Iberia, Lowe SSP3 y Y&R Perú las grandes ganadoras

En la segunda ceremonia de premiación, se entregaron cinco Grandes Ojos. El Ojo PR/Contenido fue para “De Perú for Perú” de Young & Rubicam Perú para Prom Perú; El Ojo Directo para “Operación Navidad” de Lowe SSP3 Colombia para Ministerio de Defensa Nacional; El Ojo Innovador para “El Código” de DDB Colombia para Fuerzas Militares de Colombia; El Ojo Interactivo para “Fiat Street Evo” de Leo Burnett Iberia para Fiat y El Ojo Promo para “Narigones 1” de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi para BGH.

El Ojo de Iberoamérica 2011 sigue premiando los mejores trabajos de la publicidad iberoamericana. Ayer por la noche fue el turno de conocer los ganadores de El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, El Ojo Directo, El Ojo Promo y El Ojo PR. A continuación los detalles.

FIAT STREET EVO, LA MEJOR PIEZA DE INTERACTIVO DE EL OJO 2011

El jurado de El Ojo Interactivo, presidido por Miguel Calderón, socio fundador de Grupo W, presentó a los ganadores de la categoría. En una votación de las más largas del fin de semana, los Presidentes del Jurado decidieron premiar a la pieza de Leo Burnett Iberia para Fiat con el Gran Ojo Interactivo 2011.

Este año, hubo 454 piezas inscriptas, 80 llegaron al shortlist y 58 pudieron alzar metales en El Ojo Interactivo, y una sola fue la gran ganadora: la aplicación creada con Leo Burnett Iberia que recrea un catálogo a través de las señales de tránsito.

Por otro lado, desde Brasil llega nuevamente el mayor talento de la región en interactividad. Con 21 metales arrasó en esta categoría, quedándose con 7oros y 14 bronce. En segundo lugar España, que pudo cosechar 4oros, 3platas y 5 bronce con sus trabajos digitales. Otro país de la región que pudo subir 8 veces

al podio fue México, con un oro, 4platas y 3 bronce.

Por su parte, Argentina también quedó cerca consagrándose con 6 premios en total, con un oro, 3platas y 2 bronce. Colombia viene después con 4 estatuillas en la categoría de los desarrollos digitales por excelencia. Portugal y Puerto Rico ganaron 2 metales cada uno, mientras que la región de Centroamérica y Caribe y Uruguay obtuvieron un premio en El Ojo Interactivo de este año.

Por el lado de las agencias, nuevamente la brasileña Almap BBDO tiene el mejor desempeño en interactividad de la región con 6 distinciones. AgênciaClick Isobar junto con Grupo W fueron las segundas con 4 galardones cada una. En el tercer lugar quedaron 4 agencias: Loducca, y las oficinas de la red Ogilvy de Argentina, Brasil y México.

DDB COLOMBIA Y SU CÓDIGO GANADOR

Fernando Campos, socio y director de creación de Santa Clara lideró el grupo de jurados que seleccionó las piezas que mejor uso hicieron de los medios este 2011. Luego, en la segunda instancia del proceso de votación los Presidentes del Jurado decidieron darle el Gran Ojo Innovador a “El Código” de DDB Colombia para Fuerzas Militares de

Colombia, destacando el uso innovador de la radio que proporcionó la pieza.

Además, de los 44 trabajos de Iberoamérica que lograron entrar en la lista corta de El Ojo Innovador este año, 30 fueron los que lograron llevarse metales (7oros, 8platas y 15 bronce). Argentina y Brasil fueron los países con más premios en la categoría con 7 trabajos cada uno. En el caso de Argentina, fueron 3oros, 2platas y 2 bronce, mientras que Brasil conquistó 4platas y 3 bronce. En segundo lugar se ubicaron Colombia (un oro y 3 bronce) y España (un plata y 3 bronce). Detrás quedó Puerto Rico que pudo conseguir 2oros y un plata. Perú tiene dos bronce, y Uruguay, México y Estados Unidos Hispano ganaron un metal cada uno.

En cuanto a las agencias, Ogilvy Argentina con 4 premios (2oros, un plata y un bronce) fue la más innovadora. McCann Erickson España quedó segunda en cantidad de premios con 3 bronce. Luego, con 2 reconocimientos están Santa Clara, Sancho BBDO, Ogilvy Brasil, JWT San Juan y Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi.

“TEDx taxistas”, el trabajo desarrollado por la agencia Ogilvy Argentina, recibió dosoros en esta categoría, igual que “El corazón de Puerto Rico” de JWT San Juan; convirtiéndose ambas en las piezas más y mejores pre-

TODOS LOS GANADORES DE LA SEGUNDA NOCHE DE PREMIACIÓN


miadas de la categoría. En total, El Ojo Innovador entregó un total de 7oros, lo que representa un 15% del shortlist de este año.

LOWE SSP3 FESTEJÓ LA NAVIDAD Y SE LLEVÓ EL OJO DIRECTO

La acción que consistió en decorar un árbol de navidad en medio de la selva colombiana donde está ubicada la guerrilla en un día fue la ganadora del Gran Ojo Directo de este año. “Operación Navidad” de Lowe SSP3 para Ministerio de Defensa Nacional fue la elegida por el jurado presidido por Rodolfo Borrell, vicepresidente creativo de Pagés BBDO.

Los ganadores de El Ojo Directo fueron 29, repartidos en 9oros, 11platas y 9bronces. Nuevamente Brasil quedó en la delantera de esta categoría, con 9premios (un oro, 4platas y 4bronces), seguido por Argentina con 5 coronas (2oros, 2platas y un bronce). Centroamérica y Caribe se ubicó tercero con 2oros, un plata y un bronce, y Colombia quedó detrás con 3premios. Con 2 galardones quedaron España, México y Portugal, y con solamente uno, Chile y España.

El nivel de las agencias fue bastante parejo y ninguna logró destacarse del resto, sin embargo varias compañías consiguieron 2 estatuillas. Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, Leo Burnett Iberia (Portugal), McCann

Erickson España, Ogilvy Action Yunes, Pagés BBDO, Publicis Brasil y Wunderman Brasil fueron las agencias que más se destacaron.

GRAN OJO PROMO PARA LAS NARICES GRANDES

Esta vez, el Gran Ojo fue para “Narigones 1” de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi para BGH, la acción en punto de venta que invitaba a los consumidores a medirse la nariz.

En la segunda noche de premiaciones del festival, hubo 28 trabajos que se llevaron metales: 9oros, 9platas y 10bronces. Argentina y Brasil son los países que llevan la delantera en esta categoría con 8premios cada uno. Argentina obtuvo 4oros, 2platas y un bronce. Por su parte, Brasil ganó un oro, 4platas y 2bronces.

Las agencias de Colombia también demostraron buen nivel en El Ojo Promo 2011 obteniendo 5premios en total: un oro, un plata y 3bronces. Detrás se ubicó México con 3, mientras que España y Perú conquistaron 2 galardones cada país.

La agencia argentina Ogilvy fue la mejor posicionada de la categoría con 4premios, pero muy cerca quedaron Circus México, Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi y Ogilvy Brasil, con 3. Con 2 trabajos quedó la agen-

cia brasileña Almap BBDO.

“Clásicos de la twitteratura brasileña” de Santa Clara, “El hombre que lo regaló todo” de Young & Rubicam Colombia, “La compra más rápida” de Circus México y “TEDx taxistas” de Ogilvy Argentina, fueron algunas de las piezas que se destacaron este año en la categoría El Ojo Promo 2011.

PERÚ PARA TODOS

El premio que lleva tres años en El Ojo de Iberoamérica, y que este año duplicó las inscripciones (86 casos), repartió los galardones entre 21 agencias distintas. Incluso, los 6oros de la categoría fueron para 5países/regiones: 2para Centroamérica y Caribe, y 1para Brasil, Colombia, Perú y Puerto Rico. Este año, el Gran Ojo PR/Contenido fue para “De Perú for Perú”, de Young & Rubicam Perú para Prom Perú, este trabajo se destacó no solo en PR, sino que llamó especialmente la atención de los presidentes del jurado como caso de El Ojo Contenido por lo cual decidieron unir ambos premios y otorgarle el Gran Ojo.

Colombia fue el país que más metales se llevó, 7en total. La particularidad fue que ganaron todos los casos que habían sido incluidos en el shortlist. El único oro lo consiguió Sancho BBDO con “Universidad Chevrolet para taxistas” para General Motors Colombia.

TODOS LOS GANADORES DE LA SEGUNDA NOCHE DE PREMIACIÓN


Los 3 galardones de plata fueron para Ogilvy, McCann Erickson y Proximity, y los bronce restantes para Lowe / SSP3 y Young & Rubicam, única agencia que recibió dos premios en esta categoría.

En segundo lugar quedó Brasil con 4 metales (1 oro, 1 plata y 2 bronce), país que había liderado el shortlist con 11 trabajos. El oro se lo llevó New Style con "Tá lisito" para Gillette Mach3 Sensitive, mientras que el plata fue para "Fiat mio" de AgênciaClick Isobar, y los bronce para JWT Brasil y Santa Clara. En la tercera posición se ubicó

Centroamérica y Caribe con tres galardones: dos oros por "Pajaros twitter" de House para Preserve Planet, y "Yo nado con Marcos" de Pagés BBDO para Naciones Unidas; y un bronce por "Menos malo" de Father para Partido Unidad Social Cristiana. Debajo quedó México con dos bronce obtenidos por las agencias Circus Marketing y DDB México.

Finalmente, fueron 6 los países conquistaron un premio. Perú y Puerto Rico se llevaron un oro cada uno por "De Perú for Perú" de Young & Rubicam para Prom Perú, y "El

corazón de Puerto Rico" de JWT San Juan para Gatorade; en tanto que Portugal, Estados Unidos Hispano y Argentina alcanzaron un plata con "42195 km - un documental", "Somos muchos", y "La mejor excusa del mundo", respectivamente; y Ecuador un bronce con "Cumbre Internacional del medioambiente".

De esta forma, Young & Rubicam lideró el ranking de las redes más premiadas en El Ojo PR con tres galardones, dejando atrás a BBDO, JWT y Saatchi & Saatchi, con dos.

castadiva, pictures

DIRECTORES

LUCIANO QUILICI | FRANCO VERDOIA | JOE TORRES | BIG LOVE | MARCELO REMBADO

BUENOS AIRES

SAO PAULO | DF | CARACAS

+5411 4772 5690

www.castadivapictures.com

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO

Finalistas

El Ojo Cine/TV, El Ojo Gráfica, El Ojo Vía Pública, El Ojo Radio, El Tercer Ojo y Campañas Integradas

Hoy por la noche se conocerán los últimos ganadores de El Ojo de Iberoamérica 2011. En este listado, los finalistas de El Ojo Cine/TV, El Ojo Gráfica, El Ojo Vía Pública, El Ojo Radio, El Tercer Ojo y Campañas Integradas.

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
TV1: Alimentos, lácteos, golosinas y snack					
Bon o bon gigante	Leo Burnett Argentina	Arcor Argentina	Bon O Bon	Argentina Cine	Argentina
Dardos	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Twistos Crackers de la huerta	Primo Buenos Aires	Argentina
Delfin intro	Grey / Maruri	La Fabril	Aceite Sabrosón		Ecuador
Primer capítulo	McCann Erickson España	Campofrío España	Jamón serrano	La Joya Producciones	España
Sapos	McCann Erickson España	Campofrío España	Finissimas de Campofrío	Planta Films	España
Sniper	JWT San Juan	Cadbury Adams Puerto Rico	Trident White	Latitude 18 Films	Puerto Rico
Workaholics del amor	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Chicles TopLine	Primo Buenos Aires	Argentina
TV2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos					
Bailarina	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Andes	Revolución	Argentina
DVD	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Primo Buenos Aires	Argentina
Hipótesis	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Quilmes	Argentina Cine	Argentina
Polo de inaccesibilidad	JWT España	Gmodelo España	Corona	Fish Film	España
Presentación	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Primo Buenos Aires	Argentina
TV3: Bebidas no alcohólicas					
Bar de Noé	Santo Buenos Aires	Coca Cola Argentina	Sprite	Hachiko Films	Argentina
Go go go	Ogilvy Brasil	Globalbev Bebidas e Alimentos Ltda	Flying Horse energy drink	Paranoid BR	Brasil
Infiltrado	Santo Buenos Aires	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Blue Films	Argentina
Rody López	Corporación JWT	Pepsico Uruguay	Paso de los Toros	Oriental Films	Uruguay
Suplentes	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Coca Cola Argentina	Sprite Zero	Nunchaku Cine	Argentina
Transferencia	Santo Buenos Aires	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Landia	Argentina
TV4: Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina					
Choriflan	Grey Argentina	Procter & Gamble Argentina	Ayudín	Revolución	Argentina
Competencia	Lápis	Procter & Gamble USA	Gain Dishwashing Liquid	Landia	Estados Unidos (Hispano)
Declaración de amor	Borghier Lowe	BIC Brasil	Bic Cristal	Dínamo Filmes	Brasil
Pescalate	Grey Argentina	Procter & Gamble Argentina	Ayudín	Revolución	Argentina
TV5: Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería					
2012	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Bodyspray	Park Pictures / Pioneer Productions	Argentina
Arito	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Rexona Women	Prettybird / Conspiração Filmes	Argentina
Axilas sensibles	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Rexona Men	Hungry Man	Argentina
Cierre	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe ex Friend	Epoch Films	Argentina
Manta	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe ex Friend	Epoch Films	Argentina
Sandwich	Borghier Lowe	Johnson & Johnson Brasil	K-Y	Sagaz Filmes	Brasil
TV6: Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación					
Einstein	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Cyber-shot	Garlic	Argentina
Iglesias	Giovanni+Drafftcb	Canon Brasil	Cámara de fotos	Paranoid BR	Brasil
Marilyn	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Cyber-shot	Garlic	Argentina
Narigómetro	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	Aires Acondicionados	Peluca Films	Argentina
Nariz decepcionada	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	Aires Acondicionados	Peluca Films	Argentina
Nariz gigante	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	Aires Acondicionados	Peluca Films	Argentina
Nariz operada	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	Aires Acondicionados	Peluca Films	Argentina
TV7: Artículos medicinales y farmacéuticos					
Mal humor	Prolam Young & Rubicam	lab Chile	Kitadol Periodo	Cine 3	Chile
Old car	Publicis Brasil	Sanofi Aventis	Targifor	Movie Art	Brasil
Resaca	Garwich BBDO	Bayer Perú	Alka Seltzer	7 Samurai	Perú
Trabajo	McCann Erickson Colombia	Pfizer Consumer Healthcare	Dristán	Akira Cine	Colombia
TV8: Vestimenta y accesorios personales					
Antes y después	F/Nazca	Nike Brasil	Fútbol	loio Filmes	Brasil
El día que la Bombonera habló Argentina		BBDO Argentina	Nike Argentina	Boca	Primo Buenos Aires
Ghana 1	Notable Publicidad	Puma Uruguay	Camisa Celeste	Metrópolis Films	Uruguay
History	Santo Buenos Aires	Diesel Internacional	Diesel Sneakers	Stink / Landia	España

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
Vicio	F/Nazca	Nike Brasil	Carrera	Delibistrot	Brasil
TV9: Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos					
Acuario	JWT Argentina	Ford Argentina	Kuga / Kinetic Design Kuga	Primo Buenos Aires	Argentina
Arbol	Draftfcb Puerto Rico	Bella International	Honda CR-Z	Salado Media	Puerto Rico
Fiesta	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Ursula	Argentina
Fobias	DDB España	VAESA	Volkswagen Golf	Agosto	España
Historia de amor	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Ursula	Argentina
Poneis malditos	Lew Lara \ TBWA	Nissan Brasil	Frontier	Corporação Fantástica	Brasil
Terraza	JWT Argentina	Ford Argentina	Kinetic Design Mondeo	Primo Buenos Aires	Argentina
Traductor	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Volkswagen Tiguan	Fat Bastards / Casablanca	Brasil
TV10: Instituciones y servicios financieros					
Café	JWT Argentina	HSBC Argentina	Tarjetas	Revolución	Argentina
Cigüeña	Father	BAC I San José	BAC pensiones	La Productora	Centroamérica y Caribe
Depiladora	Euro RSCG Buenos Aires	BBVA Banco Francés Argentina	Préstamos Personales	Huinca Cine	Argentina
Farmacia	Euro RSCG Buenos Aires	BBVA Banco Francés Argentina	Préstamos Personales	Huinca Cine	Argentina
LCD	JWT Argentina	HSBC Argentina	Tarjetas	Revolución	Argentina
Oficina	Ogilvy México	AMIS	Institucional	Central Films	México
Saco	JWT Argentina	HSBC Argentina	Tarjetas	Revolución	Argentina
TV11: Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro					
Auto	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Arnet	Hachiko Films	Argentina
Detective	Almap BBDO	Escola Panamericana de Arte e Design	EPA	Prodigo Films	Brasil
Energía	McCann Erickson España	Telefónica España	Movistar	Ingravitto	España
Julio Diego	Euro RSCG Gurisa	Claro Uruguay	Claro	Murdoc Films	Uruguay
Laptops	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Arnet	Blue Films	Argentina
PowerPoint	Draftfcb Buenos Aires	ZonaJobs.com	Zonajobs.com	Rancho	Argentina
Subtítulos	Ogilvy Perú	English Excellence	English Excellence	Señor Z	Perú
Terraza	Madre	Nextel Argentina	Nextel radio ilimitada	Landia	Argentina
Yanni	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Arnet	Reino	Argentina
TV12: Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.					
Arroba	TBWA \ Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal Día del Padre	Argentina Cine	Argentina
Coro	Santo Buenos Aires	Coca Cola México	Coca Cola	Blue Films	México
Fiesta de la P	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal	Agosto / Altana	Argentina
Fotogénico	Don	Fibertel	Día internacional de internet	El Bagre Films	Argentina
Hacésela fácil	TBWA \ Buenos Aires	Telecom Argentina	Institucional Día del Padre	Hachiko Films	Argentina
Promperú	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	www.peru.info	Cinesetenta	Perú
Team hoyt	Ogilvy España - Bassat Ogilvy Barcelona	TV3	Maratón contra las lesiones medulares y cerebrales.	Ovideo España	Ovideo España
Victor	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	PlayStation	Garlic	Argentina
TV13: Comercios al público, tiendas y supermercados					
5 minutos	DDB México	Dormimundo México	Colchones	Central Films	México
Abuelos	Notable Publicidad	Motociclo	Institucional	Metropolis Films	Uruguay
Auto	Uma Creativa	Ferretería Castillo e Hijos	Institucional	Vértigo Films	Ecuador
Perras	Young & Rubicam México	+Kota	+Kota	The Maestros	México
Perros	Young & Rubicam México	+Kota	+Kota	The Maestros	México
Piscina	Uma Creativa	Ferretería Castillo e Hijos	Herramientas Castillo	Vértigo Films	Ecuador
Vacaciones	Uma Creativa	Ferretería Castillo e Hijos	Herramientas Castillos	Vértigo Films	Ecuador
TV14: Medios de comunicación					
Geracao beta	G2 Brasil	Editora Abril	Revista Veja	Janela Digital	Brasil
Globos	Loducca	MTV Brasil	Institucional MTV	Paranoid BR	Brasil
Nicolino	Young & Rubicam Argentina	TyC Sports	Institucional		Argentina
Patada	McCann Erickson Colombia	Editorial Televisa Colombia	Revista TV y Novelas	In House Canal RCN	Colombia
Rockstar masa	DDB México	MTV Latinoamérica	Fiesta VH1	The Maestros	México
Toalla	Young & Rubicam Argentina	Agea	Diario Olé	Revolución	Argentina
TV15: Recreación, transporte viajes y turismo					
Cambios	Agencia3	Shangri-lá	Resort Shangri-lá	Kombat Films	Brasil
Cazadores	la comunidad	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	Bafici	Argentina Cine	Argentina
Cigüeñas	Ogilvy España - Bassat Ogilvy Madrid	La ONCE	Sorte extra Día de la Madre	Boolab	España
Le curiosism	F/Nazca	Pinacoteca do Estado de São Paulo	Institucional	Delicatessen Filmes	Brasil
Lineup	Conill Saatchi & Saatchi	Consulado Argentino en Los Angeles	Festival Argentina New Cinema 2011	Paraná Films	Estados Unidos (Hispano)
Manuel	Contrapunto	Getxophoto	Festival de fotografía	Ovideo	España
Qué nos pasó man	Young & Rubicam Argentina	APSA Centros Comerciales	Alto Avellaneda	Huinca Cine	Argentina
The case	El Ruso de Rocky	Getafe CF	Season Ticket	Landia	España
Top manta	McCann Erickson España	Sala Montjuic	Festival de Cine Independiente	The Lift	España
TV16: Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos					
Bocina	Prolam Young & Rubicam	Gobierno de Chile	Senda	Paraiso Films	Chile
Comedor	Lowe Porta	Televisión Nacional de Chile (TVN)	Conciencia del consumo de alcohol	Cinemágica	Chile
Disfráz	Ogilvy Chile	Unicef Chile	Violencia infantil	Triciclo	Chile
Elección	DDB Brasil	ABTO	Asociación de Transplante de órganos	Pix Post	Brasil
Huevo x gallina	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Institucional	Prodigo Films	Brasil
La historia de Dhondup	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Voces por la libertad	Captive	Portugal
Lixo	Leo Burnett Tailor Made	Atitude Brasil	Institucional	Volcano Hotmind	Brasil
TV17: Otros soportes audiovisuales					
Assland	Santo Buenos Aires	Diesel Internacional	Diesel Sneakers	Punga / La Posta Cine	España
Billetera	McCann Erickson Perú	Coca Cola Perú	Coca Cola	la formula	Perú
Cerveja El Ojo	Santa Clara	El Ojo de Iberoamerica	Festival El Ojo Iberoamerica	Corporação Fantástica	Brasil
Countryside	Santo Buenos Aires	Diesel Internacional	Diesel Sneakers	Landia	España

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Ilusao de ótica	Leo Burnett Tailor Made	Samsung Brasil	Impresora	Sagaz Filmes	Brasil
La contra desmoralización	Young & Rubicam Argentina	Editorial Dossier	Lápiz de Platino	Fight Films	Argentina
Videodegradable	McCann Erickson España	Greenpeace España	Greenpeace	Josep Roure	España
TV18: Campañas de Productos					
Corte rápido	Dcs	Tramontina	Facas Profissionais	Sangue Bom	Brasil
Desubicados	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Andes	Revolución	Argentina
Fotos famosas	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Cyber-shot	Garlic	Argentina
Ilusao de ótica	Leo Burnett Tailor Made	Samsung Brasil	Impresora	Sagaz Filmes	Brasil
Island	Santo Buenos Aires	Diesel Internacional	Diesel Sneakers	Stink / Landia	España
Jamón indestructible	McCann Erickson España	Campofrio España	Jamón serrano (lonchas y piezas)	La Joya Producciones	España
La mejor excusa....	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Primo Buenos Aires	Argentina
Narigones	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	Aires Acondicionados	Pelucia Films	Argentina
Piezas originales	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Piezas originales de Volkswagen	Vetor Zero	Brasil
Proyecto camiseta celeste	Notable Publicidad	Puma Uruguay	Camiseta Celeste	Metrópolis Films	Uruguay

TV19: Campañas de Servicios

Casamiento - Bebé - Casa	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Pack Amet	Primo Buenos Aires / Flamboyant Paradise	Argentina
Chochos	Savaglio Studio	Canal 13	El Trece HD	La Doble A	Argentina
Cuestionario	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal	Ursula	Argentina
GE	Almap BBDO	General Electric Brasil	GE	Revolución	Brasil
Hacer un 21	Almap BBDO	Embratel	Embratel	Lux Filmes	Brasil
Mala suerte	Lápiz	Allstate Usa	Allstate Insurance	Boxer Films	Estados Unidos (Hispano)
Personal a la carta	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal	Hachiko Films	Argentina
Quiero	Young & Rubicam Argentina	Banco Galicia	Plan Quiero	La Doble A	Argentina
Top manta	McCann Erickson España	Sala Montjuic	Festival Cine Independiente	The Lift	España

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

Autos en venta	ATHOS \ TBWA	Great Wall Bolivia	Institucional	CineGroup	Reg.Sur(Bolivia/Paraguay)
De Perú for Perú	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	www.peru.info	Cinesetenta	Perú
Esperas	TBWA \ España	Dirección General de Tráfico	Dirección General de Tráfico	Álamo Films	España
Estoy buscando	la comunidad	Cencosud Argentina	Unicenter	Hachiko Films	Argentina
Festival Internacional Cine las Americas		LatinWorks	Cine Las Américas	Festival Internacional Cine las Americas	Boxer Films / Central Films
Estados Unidos (Hispano)					

FINALISTAS | EL OJO GRÁFICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GR1: Alimentos, lácteos, golosinas y snack				
Brújula	Leo Burnett México	Kellogg 's México	All Bran	México
Cavernicola	Grey Chile	Procter & Gamble Chile	Pringles xtreme	Chile
Choque	JWT Argentina	Kraft Foods Argentina	Halls XS	Argentina
Dragón	Grey Chile	Procter & Gamble Chile	Pringles xtreme	Chile
Luto	Young & Rubicam Argentina	Freddo	Helados Freddo	Argentina
Novio	JWT Argentina	Kraft Foods Argentina	Halls XS	Argentina
GR2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos				
Cárcel	DDB México	ByB	Molotov	México
Limón	Leo Burnett México	Grupo Modelo México	Coronita	México
Sal	Leo Burnett México	Grupo Modelo México	Coronita	México
GR3: Bebidas no alcohólicas				
Globo	Draftfcb Buenos Aires	El Cármen	Jugos Citric	Argentina
Pattern amarillo	BBDO Chile	Ecusa	Pepsi Light	Chile
Rampa	Draftfcb Buenos Aires	El Cármen	Jugos Citric	Argentina
Túnel	Draftfcb Buenos Aires	El Cármen	Jugos Citric	Argentina
GR4: Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina				
Aeropuerto	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
Camping	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
CD's	Publicitas Saatchi & Saatchi	Bic Ecuador	Bic Cristal	Ecuador
El principito	Young & Rubicam Colombia	Assenda	Resaltadores	Colombia
Jarrón Ming	DDB Chile	Henkel Chile	Superbonder	Chile
Universidad	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
GR5: Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería				
Cocina	DDB Chile	Laboratorios Maver	Autobronceante Australian Gold	Chile
Fresa	Cerebro Young & Rubicam	Colgate Palmolive Panamá	Hilo dental	Centroamérica y Caribe
Iglesia	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Pasta Dental	Chile
Océano	Grey Chile	Jhonson & Jhonson Chile	Hawaiian Tropic	Chile
Ópera	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Pasta dental	Chile
GR6: Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación				
Edificio	ATHOS \ TBWA	Canon Bolivia	Powershot SX210is	Reg.Sur(Bolivia/Paraguay)
Einstein	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	CyberShot	Argentina
Herida	TBWA \ España	Sony España	PSP	España
Inyección	TBWA \ España	Sony España	PSP Sony	España
Marilyn	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	CyberShot	Argentina
GR7: Artículos medicinales y farmacéuticos				
Colupio	JWT Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Band-Aid Tamaños Grandes	Brasil
Cumpleaños	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipan	Argentina
Fran	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol Menstrual	Chile

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO
FINALISTAS | EL OJO GRÁFICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Ojo Maleta	JWT Brasil	Bayer Brasil	Supradyn	Brasil
Ojo Perro	JWT Brasil	Bayer Brasil	Supradyn	Brasil
Partido	Young & Rubicam Argentina	Bayer Argentina	Tabcin	Argentina
GR8: Vestimenta y accesorios personales				
Dardos	simple	Forus	Columbia	Chile
Flechas	simple	Forus	Columbia	Chile
Potrero 23°53' S 46°61' W	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Penalty	Uruguay
Potrero 33°76' S 53°40' W	Lowe Ginkgo	Penalty Uruguay	Penalty	Uruguay
GR9: Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos				
Ambulancia cañón	Leo Burnett Tailor Made	Fiat Brasil	Fiat Ducato	Brasil
Ambulancia gate	Leo Burnett Tailor Made	Fiat Brasil	Fiat Ducato	Brasil
Ambulancia Iceberg	Leo Burnett Tailor Made	Fiat Brasil	Fiat Ducato	Brasil
Ancianita	JWT México	Ford Motor Company México	Lobo	México
Apolo XIII	Ogilvy España - Bassat Ogilvy Madrid	Ford España	Ford Ka	España
Crossfox - El off road compacto	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Crossfox	Brasil
Niño	JWT México	Ford Motor Company México	Explorer	México
Perro	JWT México	Ford Motor Company México	Edge	México
Tanque	Young & Rubicam México	Land Rover México	Defender	México
The end columna	JWT Caracas	Ford Venezuela	Cámara de retroceso - Ford Explorer	Venezuela
GR10: Instituciones y servicios financieros				
Alica y Martin	Young & Rubicam Colombia	Falabella Colombia	Seguro para mascotas	Colombia
Alto	Ogilvy México	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros	AMIS	México
Árboles	Young & Rubicam Perú	ING Perú	AFP Integra	Perú
Jacobo y Matute	Young & Rubicam Colombia	Falabella Colombia	Seguro para mascotas	Colombia
Persona	Ogilvy México	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros	AMIS	México
GR11: Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro				
Amplificador	DDB México	Fedex México	Fedex Express	México
Aprenda a dibujar	DDB Brasil	ABRA	Clases de Dibujo	Brasil
Atravesada	JWT Perú	ISIL	Instituto San Ignacio de Loyola	Perú
Barrabás	Father	Amnet	Servicio de cable	Centroamérica y Caribe
Carla	Ogilvy México	Hospital San José	Hospital San José	México
Carmela	Ogilvy México	Hospital San José	Hospital San José	México
GR12: Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Alicia	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Autopista	McCann Erickson Argentina	General Motors Argentina	Institucional	Argentina
Black Cock	DDB Argentina	Taringa	Parental Control Raising	Argentina
Caperucita	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
El mejor anuncio de todos los tiempos		Almap BBDO	Escuela Panamericana de Arte e Design	Institucional Brasil
Samsa	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Wet pussy	DDB Argentina	Taringa	Parental Control Raising	Argentina
GR13: Comercios al público, tiendas y supermercados				
Historia I	Ogilvy México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Inodoro	Circus Perú	Sodimac Perú	Sodimac	Perú
Lechugas	Leo Burnett Colombiana	Carrefour Colombia	Vegetales Frescos	Colombia
Mr. Increíble	Tribu DDB Costa Rica	Video Centro Costa Rica	Video Centro	Centroamérica y Caribe
Naranjas	Leo Burnett Colombiana	Carrefour Colombia	Frutas frescas	Colombia
Russel	Tribu DDB Costa Rica	Video Centro Costa Rica	Video Centro	Centroamérica y Caribe
GR14: Medios de comunicación				
Aplicación iPhone	Publicis Impetu	La República	Aplicación iPhone	Uruguay
Carro	Ogilvy Colombia	Getty Images Colombia	Foto Stock	Colombia
Chavez	JWT Argentina	Editorial Coyuntura	Revista Mercado	Argentina
Cn	Lowe Porta	Televisión Nacional de Chile (TVN)	Tandas Comerciales Cortas	Chile
Oso	Ogilvy Colombia	Getty Images Colombia	Foto Stock	Colombia
Puff	Draftfcb Buenos Aires	Editorial Atlántida	Para Ti Deco	Argentina
Tiburón	Ogilvy Colombia	Getty Images Colombia	FotoStock	Colombia
GR15: Recreación, transporte viajes y turismo				
Abierto por duelo	FWK Argentina	Museo del Holocausto	Museo	Argentina
Aelmrso	Ogilvy México	Mattel México	Scrabble	México
Aiortsl	Ogilvy México	Mattel México	Scrabble	México
Astronauta	Ogilvy Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Bingo	BBDO Chile	Casino Monticelo	Casino Monticelo	Chile
Conejo	Almap BBDO	Gol Linhas Aereas	Gol Log	Brasil
Dedicación - Origami	DDB Brasil	Companhia Athletica	Gimnasio Companhia Athletica	Brasil
Teddy machine	BBDO Chile	Casino Monticelo	Casino Monticelo	Chile
GR16: Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos				
Columpio	LatinWorks	Active Life	Active Life Movement	Perú
Escalera	DDB Argentina	Volkswagen Argentina	Manejo Responsable	Estados Unidos (Hispano)
Hamaca	DDB Argentina	Volkswagen Argentina	Manejo responsable	Argentina
Náufrago	Young & Rubicam Perú	Liga Peruana de Lucha contra el Cáncer	Colecta 2010	Argentina
Piscina	DDB Argentina	Volkswagen Argentina	Manejo Responsable	Perú
Xadrez	Almap BBDO	Greenpeace Brasil	Greenpeace	Perú
GR17: Formatos no convencionales				
Apio	Ogilvy Colombia	Carulla	Cuchillos de corte Fino	Colombia
Bolsa de aire	Loducca	Peugeot Brasil	Peugeot 408	Brasil

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO

FINALISTAS | EL OJO GRÁFICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Maíz	JWT Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Reach	Brasil
Si bebe sople	Loducca	Companhia de Concessões Rodoviárias	Institucional	Brasil
Zanahoria	Ogilvy Colombia	Carulla	Cuchillos de corte fino	Colombia
GR18: Campañas de Productos				
Alfabeto Billboard	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard Magazine	Brasil
Ambulancia Cañón - Puerta - Iceberg		Leo Burnett Tailor Made	Fiat Brasil	Brasil
Cachorros	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipán	Argentina
Fotos famosas	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	CyberShot	Argentina
Herida - Inyección	TBWA \ España	Sony España	Sony Playstation	España
Interrupciones	Young & Rubicam Argentina	Bayer Argentina	Tabcin	Argentina
Números	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
Reversas	JWT México	Ford Motor Company México	Línea camionetas	México
GR19: Campañas de Servicios				
24-jul	Ogilvy Brasil	Band Sports	Sports Channel	Brasil
Dedicación	DDB Brasil	Companhia Athletica	Gimnasio Companhia Athletica	Brasil
Desarmados	DDB México	Fedex México	Fedex Express	México
In case of	Lew Lara \ TBWA	Nissan Brasil	Auto insurance	Brasil
Logos	Lowe Porta	Televisión Nacional de Chile (TVN)	Tandas comerciales cortas	Chile
Reales	Tribu DDB Costa Rica	Video Centro Costa Rica	Video Centro	Centroamérica y Caribe
GR20: Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.				
Acordes	Loducca	MTV Brasil	Institucional	Brasil
Chocolate - Lolly - Chicle	Prolam Young & Rubicam	Dos en Uno	Institucional	Chile
Cuevas	Ogilvy Argentina	AFS Argentina	Intercambio Cultural	Argentina
Hable por ellos	Perfil 252	Prefeitura de Belo Horizonte	Línea contra maltrato infantil	Brasil
Manejo responsable	DDB Argentina	Volkswagen Argentina	Manejo Responsable	Argentina
Manifestación	Contrapunto BBDO	Amnistía Internacional España	Institucional	España
Mini me	Giovanni+Draftfcb	Acerca Consultoria Nutricional e Esportiva	Institucional	Brasil

FINALISTAS | EL OJO VÍA PÚBLICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
VP1: Productos.				
Aeropuerto	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
Camping	Ogilvy Chile	Odis	Candado	Chile
Einstein	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Cyber-shot	Argentina
Fran	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol Menstrual	Chile
Libros	Publicitas Saatchi & Saatchi	Bic Ecuador	BIC Cristal	Ecuador
Marilyn (Sony Cyber-shot)	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Cyber-shot	Argentina
Niño (Ford)	JWT México	Ford Motor Company México	Explorer	México
Sara	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol Menstrual	Chile
VP2: Servicios.				
Barrigas - Fast food	JWT Brasil	Academia Gustavo Borges	Academia Gustavo Borges	Brasil
Caleidoscopio	Almap BBDO	Getty Images	Getty Images	Brasil
Calories - Hamburguesa	JWT Brasil	Academia Gustavo Borges	Institucional / Swimming School	Brasil
Ge	Lowe Porta	Televisión Nacional de Chile (TVN)	Tandas Comerciales Cortas	Chile
Mr. Incredible	Tribu DDB Costa Rica	Video Centro Costa Rica	Video Centro	Centroamérica y Caribe
Né	Lowe Porta	Televisión Nacional de Chile (TVN)	Tandas Comerciales Cortas	Chile
Woody	Tribu DDB Costa Rica	Video Centro Costa Rica	Video Centro	Centroamérica y Caribe
VP3: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Abierto por duelo	FWK Argentina	Museo del Holocausto	Museo	Argentina
Ambos lados	Young & Rubicam México	Xerox México	Xerox	México
Autopista (Chevrolet)	McCann Erickson Argentina	General Motors Argentina	Institucional	Argentina
Por encima de todo	Young & Rubicam Uruguay	Ministerio de Turismo de Uruguay	Copa América	Uruguay
Reebautify football	DDB México	Reebok México	Reebok	México
VP4: Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos.				
Cuevas - EUA	Ogilvy Argentina	AFS Argentina	Intercambio Cultural	Argentina
Cuevas - Italia	Ogilvy Argentina	AFS Argentina	Intercambio Cultural	Argentina
Rayuela	Fischer & Friends	Acredite	Institucional	Brasil
Vallas	Pagés BBDO	Unicef República Dominicana	No Violencia contra la niñez	Centroamérica y Caribe
VP5: Formatos no convencionales.				
Arte en la cebra	Master	Gobierno de la Ciudad de Curitiba	Institucional	Brasil
Autopista (Hot Wheels)	Ogilvy México	Mattel México	Hot Wheels	México
Axn tv boxes	Publicis Brasil	Sony Entertainment Television Brasil	Axn/Channel	Brasil
Cinta carretera	Ogilvy México	Mattel México	Hot Wheels	México
Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil
La cartelera supersticiosa	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Freeport Outlet	Freeport	Portugal
Mitad para la felicidad	Almap BBDO	Casa Do Zezinho	Casa do Zezinho	Brasil
VP6: Ambientaciones e Instalaciones.				
Andes friend recovery	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Andes	Argentina
De Perú for Peru	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	Marca país	Perú
Energía	McCann Erickson España	Movistar España	Movistar Imagenio	España
La mejor excusa del mundo	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Argentina
Operación navidad	Lowe / SSP3	Ministerio de Defensa Colombia	PAHD	Colombia
Poolball	Ogilvy Argentina	CCU Argentina	Budweiser	Argentina

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO
FINALISTAS | EL OJO VÍA PÚBLICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Santa's forgotten letters	Ogilvy Brasil	Coca Cola Brasil	Corporate Image	Brasil
VP7: Carteles (Indoor).				
Ciclista	Ogilvy Colombia	Mattel Colombia	Uno Stacko	Colombia
El quijote	Young & Rubicam Colombia	Assenda	Ofixpress - Resaltadores	Colombia
Herida	TBWA \ España	Sony España	Sony Playstation	España
Inyección	TBWA \ España	Sony España	Sony Playstation	España
Libros	Publicitas Saatchi & Saatchi	Bic Ecuador	Bic Cristal	Ecuador
Ofixpres - El principito	Young & Rubicam Colombia	Assenda	Ofixpress - Resaltadores	Colombia
Pattern amarillo	BBDO Chile	Ecusa	Pepsi Ligth	Chile
VP8: Formatos digitales.				
Alentómetro	Ogilvy Action Yunes	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
Autocine	Ogilvy Colombia	Coca Cola Colombia	Coca Cola	Colombia
Panel SMS	JWT Brasil	Coca Cola Brasil	Coca-Cola Fifa World Cup 2010	Brasil
Star Trek	Ogilvy Guatemala	Blockbuster Guatemala	Institucional	Centroamérica y Caribe
VP9: Campañas.				
24-jul	Ogilvy Brasil	Band Sports	Sport Channel	Brasil
Alfabeto	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard Magazine	Brasil
De algo tan pequeño puede salir tanto	Publicitas Saatchi & Saatchi	Bic Ecuador	BIC Cristal	Ecuador
Fotos famosas	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Sony Argentina	Sony CyberShot	Argentina
In case of	Lew Lara \ TBWA	Nissan Brasil	Auto Insurance	Brasil
Manejo responsable	DDB Argentina	Volkswagen Argentina	Manejo Responsable	Argentina
Mugshot	Fuel Lisboa / Euro RSCG	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía	Portugal
Números	Ogilvy Chile	Odis	Candados	Chile
Reversas	JWT México	Ford Motor Company México	Línea camionetas	México
Sastrería Mr Lee	Leo Burnett Iberia (España)	Sony España	DC Universe Online	España
Sensor de marcha atrás de serie	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Voyage	Brasil

FINALISTAS | EL OJO RADIO

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
RA1: Alimentos, Golosinas, Snack y Bebidas no alcohólicas				
Cañonazo	Circus Perú	Industrias Unidas del Perú	Fideos Santa Catalina con Quinua y Avena	Perú
Elefante	Key Publicidad	Conaprole	Leche	Uruguay
Marcos el atún	Young & Rubicam Colombia	Colombina	Salsa Brava La Constancia	Colombia
Radio reciclado	Young & Rubicam México	Bonafont México	Bonafont	México
RA2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos.				
Amor	Publicitas Saatchi & Saatchi	Bic Ecuador	Encendedores BIC	Ecuador
Starbuts	Lowe Porta	CCU Chile	Cerveza Escudo	Chile
RA3: Moda, Belleza y Salud				
Calentamiento global	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Excite	Uruguay
Cigüeña	Lápez	Procter & Gamble USA	Clearblue Easy Digital Pregnancy Test	Estados Unidos (Hispano)
Emparedado	Cerebro Young & Rubicam	Colgate Palmolive Panamá	Hilo dental	Centroamérica y Caribe
Hamburguesa	Cerebro Young & Rubicam	Colgate Palmolive Panamá	Hilo Dental	Centroamérica y Caribe
Hogar para cachorritos	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Excite	Uruguay
RA4: Hogar y Oficina: Limpieza, decoración, electrodomésticos.				
Amarillo	DDB Colombia	Clorox Colombia	Clorox Ropa Color	Colombia
Cebolla	Ogilvy Perú	Tramontina Perú	Cuchillos	Perú
Champiñones	Ogilvy Perú	Tramontina Perú	Cuchillos	Perú
Rojo	DDB Colombia	Clorox Colombia	Clorox Ropa Color	Colombia
RA5: Automóviles camiones y motos. Accesorios y repuestos.				
Carroca	DDB México	Volkswagen México	Touareg cámara de reversa	México
Ciudad	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Mitsubishi Lancer	Chile
Lombriz	McCann Erickson Colombia	General Motors Colombia	Cruze	Colombia
Pradera	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Mitsubishi Lancer	Chile
RA6: Telecomunicaciones, tecnología, compañías con fines de lucro y financieras.				
Aplausos	Grey / Maruri	Por Fin Empleo	Por fin empleo	Ecuador
Back	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	Multilinguaje	Colombia
Contabilidad	BBDO Chile	INACAP	Admisión 2011	Chile
Stupidphone	Publicis México	Telcel México	Internet para Smartphones	México
Superman	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	Multilinguaje	Colombia
RA7: Recreación, Viajes y Entretenimiento				
Cameron	LatinWorks	Cine Las Américas	Cine Las Americas Film Festival	Estados Unidos (Hispano)
Desnuda	Grey / Maruri	Bingo Don Toribio	Bingo Don Toribio	Ecuador
El flow	Tribu DDB Panamá	Feria Internacional del Libro de Panamá	Feria Internacional del Libro de Panamá	Centroamérica y Caribe
Facebook	Mayo Drafft Ecuador	Librería Rayuela	Librería La Rayuela	Ecuador
Gay	Maruri Grey	Master Pizza	Master Pizza	Ecuador
Merkel	LatinWorks	Cine Las Américas	Cine Las Americas Film Festival	Estados Unidos (Hispano)
Obama	LatinWorks	Cine Las Américas	Cine Las Americas Film Festival	Estados Unidos (Hispano)
Sala	Circus Perú	Sodimac Perú	Sodimac	Perú
Sra. María Carmen Gómez	McCann Erickson España	Nh Hoteles	NH	España
RA8: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Increíble	Publicis México	BMW México	No textees y manejes	México
Javier Wong	Young & Rubicam Perú	APAP	Festival 2011	Perú

EN EL ÚLTIMO DÍA DE PREMIACIÓN, TODOS LOS QUE PELEARÁN POR EL ANSIADO GALARDÓN DE EL OJO
FINALISTAS | EL OJO RADIO

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
La música se hizo para todo - Dime que vez	Young & Rubicam Colombia	Cartagena Festival Internacional de Música	Cartagena VI Festival Internacional de Música	Colombia
Llego en 5	Publicis México	BMW México	No textees y manejes	México
RA9: Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos.				
Bomberos Incendio	Quórum Nazca Saatchi & Saatchi	Bomberos Voluntarios del Perú	Bomberos voluntarios del Perú	Perú
Democracia	JWT Chile	Amnistía Internacional Chile	Institucional	Chile
El código	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Institucional	Colombia
Llamada	Leo Burnett Colombiana	Cruz Roja Colombiana	Línea de emergencia	Colombia
Pololos	BBDO Chile	Hogar San Francisco de Regis	Campaña de donación de ropa	Chile
RA10: Campañas				
Cine las Américas	LatinWorks	Cine Las Américas	Cine Las Americas Film Festival	Estados Unidos (Hispano)
Cortados por Tramontina	Ogilvy Perú	Tramontina Perú	Cuchillos	Perú
Negadores	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Absolute antitranspirante	Argentina
Santitas	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Axe Excite	Uruguay
Sin	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulpán	Argentina
Todo el día	Cerebro Young & Rubicam	Colgate Palmolive Panamá	Hilo dental	Centroamérica y Caribe

FINALISTAS | CAMPAÑAS INTEGRADAS

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
CI1: Campañas de Productos y Servicios				
Autocine	Ogilvy Colombia	Coca Cola Colombia	Coca Cola Mini	Colombia
Cerveja El Ojo	Santa Clara	El Ojo de Iberoamerica	Festival El Ojo de Iberoamerica	Brasil
Clásicos de la twitteratura brasileña	Santa Clara	Suzano	Papel Pólen	Brasil
Narigones 2	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
Transformando vidas	Circus Perú	Sodimac Perú	Sodimac Homecenter	Perú
CI2: Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.				
El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
El debate	Tribu DDB Costa Rica	Partido Liberación Nacional	Johnny Araya Alcalde	Centroamérica y Caribe
La mejor excusa del mundo	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Ab InBev Argentina	Cerveza Norte	Argentina
Primera clase para todos	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Lidl & Cº	Lidl	Portugal
República popular do Corinthians	F/Nazca	Nike Brasil	Corinthians	Brasil

FINALISTAS | EL TERCER OJO

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
T01: Productos y Servicios				
Cinta carretera	Ogilvy México	Mattel México	Hot Wheels	México
Energía	McCann Erickson España	Telefónica España	Movistar Imagenio	España
Excellbook	4AM Saatchi & Saatchi	Diesel	Diesel	Centroamérica y Caribe
Fiat mio	AgênciaClick Isobar	Fiat	Fiat Mio	Brasil
La máquina de la amistad	Ogilvy Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
Narigones 2	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	BGH	BGH Aires Acondicionados	Argentina
T02: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.				
Banco Cyan	Loducca	Ambev Brasil	Institucional	Brasil
De Perú for Peru	Young & Rubicam Perú	Prom Perú	Marca País	Perú
Drunk valet	Ogilvy Brasil	Bar Aurora & Boteco Ferraz	Corporate	Brasil
El código	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Institucional	Colombia
El corazón de Puerto Rico	JWT San Juan	Pepsico Puerto Rico	Gatorade	Puerto Rico
Santa's forgotten letters	Ogilvy Brasil	Coca Cola Brasil	Corporate Image	Brasil
TEDx taxistas	Ogilvy Argentina	Tedxbuenosaires	Tedxbuenosaires	Argentina

Workshop Microsoft: “Dicen que soy aburrido”

Finalizando esta edición de El Ojo de Iberoamérica, se llevará a cabo el tercer y último Workshop: “Dicen que soy aburrido”, de Microsoft Advertising. Una vez más, la cita será hoy a las 13 en la Sala de Proyecciones y Workshops. Como Brand Solutions Specialist para Latinoamérica de la empresa, Carlos Maltagliatti protagonizará esta charla íntima con el público asistente. Entre los puntos más importantes, el taller tratará cómo perderle el miedo a internet, cómo aprender sobre su funcionamiento y la forma para empezar a hacer cosas relevantes en el medio -desde banners a algo más lúdico y divertido. .

Argentina encabeza en el shortlist de El Ojo Gráfica

El grupo de jurados liderado por José María de Roca Viñals ya eligió los trabajos finalistas que tendrán la posibilidad de recibir metales esta noche, en el tercer y último día de premiación del festival. A continuación, analizamos el shortlist.



Marcos Medeiros, jurado y DC de Almap BBDO.



Camilo Guanes, jurado y DGC de Oniria/TBWA.



Esteban Barreiro, jurado y DGC de Publicis Impetu

En esta edición del festival, fueron inscriptas 1207 piezas en Gráfica, de las cuáles solamente 119 lograron llegar al shortlist de la categoría, que en porcentaje representa menos de un 10%, lo que demuestra nuevamente la exigencia del grupo de jurados que preside José Mariade Roca Viñal, VP Creativo DDB España.

A diferencia de lo que viene ocurriendo años anteriores, donde Chile, Brasil y Colombia protagonizaban el listado de finalistas de Gráfica, el 2011 presenta cambios. Si bien Brasil y Chile siguen en el podio, con 22 y 20 trabajos respectivamente, en esta oportunidad se suma Argentina que incluso llega a superar a todos con 23 piezas en la lista corta de la categoría, lo que evidencia un gran salto creativo para el país en Gráfica.

Por su parte, Colombia bajó un poco el número, pero se mantiene con 11 finalistas. Luego, con 6 quedó Perú y con 5 quedaron la región de Centroamérica y Caribe y España. Uruguay tiene 3 piezas en el shortlist y Estados Unidos Hispano, Ecuador, Región Sur y Venezuela tienen un trabajo en la lista.

Marcos Medeiros, director creativo de Almap BBDO y jurado de Gráfica opinó sobre los finalistas: *"Creo que el shortlist fue bastante riguroso, lo que está muy bien porque eleva el nivel de todo el festival en general"*.

Entre las agencias, la más destacada fue Ogilvy México que con 10 trabajos casi duplica a las empresas que se ubicaron en el segundo lugar con 6, DDB Argentina y Ogilvy Colombia. Luego, con 5 piezas quedaron Almap BBDO y la agencia argentina Young & Rubicam. Muy cerca con 4 trabajos en la lista corta de Gráfica están Draftfcb Buenos Aires, JWT Brasil, JWT México, Leo Burnett Tailor Made, Ogilvy Chile y Prolam Young & Rubicam.

Detrás, hubo 9 agencias que pudieron tener 3 piezas cada una en la lista: TBWA España, Grey Chile, BBDO Chile, JWT Argentina, Young & Rubicam Colombia, DDB Brasil, DDB México, Loducca, Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi.

Esteban Barreiro, el director general creativo de Publicis Impetu Uruguay habló sobre los trabajos que quedaron en el shortlist de

Gráfica: *"Como en cualquier Festival se ve mucha cosa, hay mucha disparidad entre los distintos mercados. El nivel de los finalistas es bueno, por suerte la lista corta fue bastante parecida a mi criterio personal de elección, salvo algunas sorpresas. En este sentido hay 2 campañas de Argentina que me encantaron: la de Volkswagen contra accidentes de tráfico y la de Tabcin para Bayer"*, dijo el jurado.

Camilo Guanes también integra el grupo de jurados de Gráfica y opinó sobre el reto que percibe en la categoría: *"El desafío es la evolución, es acompañar a los nuevos medios, es seguir sorprendiendo, es aplicar pensamientos de otros medios a la hora de crear para grafica"*, aseguró el DGC de Oniria/TBWA Paraguay.

Por su parte, Erick Rosa, director general creativo de Leo Burnett Iberia mostró satisfacción por los trabajos que le tocó juzgar: *"Me gustó mucho el material de Gráfica que vi, sobre todo porque vi trabajos por primera vez que no había visto nunca antes en los festivales de este año. Vi piezas que creo que tienen un gran potencial y serán destacadas en premiaciones futuras"*.

Otra vez Argentina arriba

En el tercer y último día de premiación del festival, se darán a conocer los mejores trabajos de El Ojo Cine/TV 2011. En esta nota, analizamos el shortlist y algunos de los jurados dan su opinión sobre lo que les tocó calificar en esta categoría. Argentina nuevamente está en el primer lugar, y Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi y Santo Buenos Aires son las agencias que más trabajos ingresaron a la lista.



Joaquín Cubría, director general creativo de Ponce Buenos Aires.



Gabriel Román, presidente y director creativo de la agencia uruguaya Ginkgo Lowve.



Pablo Álvarez Travieso, director general creativo de JWT Argentina.

Tal como viene ocurriendo en las ediciones pasadas del festival, Argentina es el país que lidera el listado de finalistas de esta categoría, incluso subiendo el porcentaje respecto al 2010 que fue 40%; este año el 43% de los trabajos que integran el shortlist de Televisión son argentinos.

Pablo Álvarez Travieso integra el jurado de esta categoría: *"En televisión, Argentina se sigue destacando del resto de los países de la región. Lo que se ve de la muestra es que hay una tendencia muy sesgada hacia el humor. Esto no quiere decir que sea malo pero lo que no es bueno es abandonar la exploración de otro tipo de tonos que nos permitirían contar con una tanda más abarcativa. He visto en la muestra varios trabajos que fueron o pueden ser protagonistas en festivales internacionales"*, opinó el director general creativo de JWT Argentina.

El listado está integrado por 136 trabajos, de los cuales 59 son de producción argentina. En segundo lugar quedó Brasil con 24 trabajos y tercero España con 18. Luego, se ubicaron México con 6; Perú y Uruguay con 5; Ecuador, Estados Unidos Hispano y Chile con 4; Colombia y Puerto Rico con 2, y

Centroamérica y Caribe, Portugal y la Región Sur que lograron un trabajo cada uno.

Joaquín Cubría, director general creativo de Ponce Buenos Aires opinó: *"Argentina suele tener un muy buen nivel y la realidad es que uno ya conoce el material de antemano, así que no hay demasiada sorpresa en ese sentido. Los casos se parecen cada vez más a comerciales con una inducción a la idea adelante. Por otra parte, me parece que el nivel de la región está a la altura del nivel mundial en cuanto a ideas, y en general muy por debajo en producción. Se nota en la manera en que están contados los casos y en la brecha tecnológica del contenido de los casos en sí. De los que no figuran siempre como Brasil o Argentina, vi cosas que me llamaron gratamente la atención de Perú y Colombia"*.

En lo que respecta a las agencias, nuevamente Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi lleva la delantera con 16 trabajos, pero esta vez Santo Buenos Aires lo sigue de cerca con 15. Por su parte, McCann Erickson España, la agencia liderada por el argentino Leandro Raposo se quedó con 7 trabajos en el shortlist. Young & Rubicam Argentina si-

que con 6 y luego están Almap BBDO, JWT Argentina y Ponce Buenos Aires.

David Bamballi, vicepresidente creativo de Publicis WW, también integra el grupo de jurados de Televisión: *"De lo que vi, hay cinco trabajos de Ecuador que me gustaron mucho, pero Argentina sigue estando adelante en la categoría. Es impresionante cómo en una misma categoría ves 3 o 4 piezas excelentes. Brasil ha crecido también y Colombia y México han progresado mucho. Pero quiero destacar a Perú que es uno de los países que más ha crecido creativamente y en calidad de producción. Personalmente, me atraen aquellos spots que apalancan sus ideas en insights bien populares, y que luego tienen una bajada en acciones 360. La publicidad audiovisual se está yendo a los smartphones y tablets"*.

Por su parte, Gabriel Román es el presidente y director creativo de Ginkgo Lowe sostuvo: *"Creo que cualquiera de los finalistas de esta categoría podrán competir con cualquier trabajo internacional, pero destaco sobre todo la campaña de Diesel Island que me pareció francamente outstanding, transgresora"*, aseguró el jurado.

Brasil y Argentina a la cabeza

De los sesenta trabajos que forman el shortlist, casi la mitad pertenecen a Brasil y Argentina que vuelven a estar en el top 3 de la categoría. Las agencias con más chances son Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi y Almap BBDO; y la red que encabeza la lista corta en esta nueva edición de El Ojo, es Ogilvy.



Hugo Corredor, vicepresidente de Sancho BBDO Colombia y jurado de El Ojo VP.

Como segundo año consecutivo, Brasil resulta favorito en la categoría Vía Pública. En esta oportunidad, se alza con catorce piezas, encabezando la terna con tres más que el año anterior, en el que se ubicaba en la segunda posición.

Asimismo, Argentina se destaca con doce trabajos, cuatro más que en 2010, subiendo un lugar. De esta forma suman 26 de los 60 finalistas que este año fueron elegidos por los jurados como la mejor muestra de la creatividad del año.

Por debajo, se encuentran Chile, con 8 trabajos; México con 6; y Colombia con 5. Con 4 piezas finalistas están Centroamérica y Caribe y España. Ecuador posee 3 dentro del shortlist y finalizan la muestra Portugal con 2, y Perú y Uruguay con una pieza cada uno.

Hugo Corredor es el vicepresidente de Sancho BBDO Colombia y fue uno de los encargados de elegir a los mejores de esta categoría.

Si bien asegura que el nivel de las piezas de Vía Pública no fue el mejor en esta oportunidad, sostiene: *"El trabajo que se hace en nuestros países es muy competitivo a nivel mundial, muchas de las piezas que se juzgaron eran ganadoras en festivales como Cannes y Clío"*. Al mismo tiempo, afirma que el país que le llamó la atención fue Chile, presentando piezas muy divertidas.

Por su parte, las agencias con más finalistas son Del Campo Nazca S&S con 5 piezas y en segundo lugar está Almap BBDO con 4 trabajos. Con 3 muestras cada una, el tercer lugar es ocupado por JWT Brasil, Ogilvy Chile y la ecuatoriana Publicitas Saatchi & Saatchi.

FINALISTAS DE EL OJO RADIO 2011

Colombia, Perú y Chile lideran en Radio

En la última noche de premiación, se conocerán los ganadores de El Ojo Radio, el premio en el que Colombia presenta la mayor cantidad de trabajos finalistas, seguido por Perú y Chile.

Como todos los años, la última noche es la más esperada, ya que se entregan todos los metales de El Ojo Classic. En esta edición fueron inscriptos 544 trabajos de Radio, y un jurado de notables seleccionó los 48 mejores, que competirán por un lugar.

La mayoría de ellos coincidió en que algunas categorías fueron desparejas, aunque el nivel fue muy bueno. Beto Nahmad, director creativo ejecutivo de Draftfcb España, analizó el material juzgado y observó: *"El nivel de las piezas que me tocó juzgar es muy interesante. Se nota que vamos por el buen camino"*.

Tal como viene aconteciendo en los últimos festivales, las grandes potencias regionales (Argentina, Brasil y España) no se destacaron

tanto en la categoría de Radio, como sí lo hicieron Colombia, Perú y Chile, que se quedaron con 9, 7 y 6 finalistas, respectivamente. También fueron incluidos en el shortlist 5 trabajos de México, Estados Unidos Hispano y Ecuador, y 4 de Uruguay y Centroamérica y Caribe. Por último, Argentina logró que entren 2 trabajos, y España, 1.

Los trabajos finalistas pertenecen a una gran cantidad de agencias, sin embargo se destacaron BBDO Chile y LatinWorks de Estados Unidos Hispano con 4 trabajos cada una, y Leo Burnett Colombia, DDB Colombia y Ogilvy Perú, con 3.

Tony Waissmann, director creativo de Draftfcb Buenos Aires, expresó que *"la radio*



Beto Nahmad, director creativo ejecutivo de Draftfcb España.

es el medio en el que más igualados estamos todos a nivel producción, por lo que solo compiten las ideas. Es el medio sin excusas".

Los ganadores se develarán esta noche, en la tercera y última Ceremonia de Premiación.

Hoy se develarán las Mejores Ideas de Iberoamérica

Tanto en El Tercer Ojo como en El Ojo Campañas Integradas, Brasil, Argentina y Colombia tienen grandes chances. Entre las agencias con más trabajos en el shortlist, encabezan Ogilvy y Santa Clara por Brasil; y Del Campo Nazca S&S y Ogilvy por Argentina.



Renato Loes, CEO de Dentsu Brasil y Latinoamérica.

El Tercer Ojo es un trofeo que se entrega a aquella gran idea que rompe paradigmas. En esta oportunidad, veinte trabajos formaron parte de la shortlist. Brasil ocupa el podio con 6 trabajos, le sigue Argentina con 5 piezas y, en el tercer puesto se ubica

Colombia, con 4. Por su parte, Centroamérica y Caribe, España, México, Perú y Puerto Rico se alzan con una pieza cada uno.

En cuanto a las agencias más premiadas, Ogilvy Brasil y su filial argentina ocupan el primer lugar con tres trabajos cada una. El segundo puesto es ocupado por Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi por sus trabajos "Andes friend recovery" para Ab InBev Argentina y "Narigones 2" para BGH.

Por su parte, El Ojo Campañas Integradas destaca a las mejores campañas que cuenten con diversas ejecuciones y aplicaciones creativas. En esta ocasión, nuevamente, Brasil y Argentina marcan tendencia en el shortlist, al-

zándose cada país con 4 trabajos. Luego, le sigue Colombia con 2. Mientras tanto, Centroamérica y Caribe, Perú, Portugal, Puerto Rico y Uruguay forman parte de la lista corta con una pieza cada uno.

Renato Loes, CEO de Dentsu Brasil y Latinoamérica y jurado de la categoría, sostiene: "El Ojo está creciendo y mejorando año a año y eso se puede ver claramente. Si bien en esta categoría no todas las piezas estaban tan relacionadas con la terna, las que quedaron como finalistas son bastante buenas". Asimismo, asegura que el desafío de la industria en la actualidad está en continuar siendo interesante y entretenido mientras se general rápidos resultados.

LatinSpots
digital

AHORA EN VERSIÓN DIGITAL

Suscribite en www.latinspots.com/suscribe
o comunicate al 54 11 4576.5335.

El Ojo 2011 en imágenes



1 - Del Campo Nazca S&S, la Mejor de Argentina. 2 - Draftfcb Argentina, festeja su oro en El Ojo Local. 3 - Pablo del Campo, interactúa con el público durante su conferencia. 4 - Ketzer y Caldeira, con el Gran Ojo de Producción Audiovisual. 5 - Lowe SSP3 recibe sus premios en El Ojo Local. 6 - Central Films, la Mejor de México. 7 - Todos los ganadores de El Ojo Local México. 8 - Darren McCormick, nos deja sus pensamientos en el libro de El Ojo. 9 - El equipo de Circus Marketing y sus oros en Design. 10 - Ogilvy Argentina y Coca Cola festejan sus premios. 11 - Todos los premiados de Colombia. 12 - Luca Lindner luego de su conferencia con la remera de El Ojo. 13 - Luca Lindner es entrevistado por la prensa. 14 - Pablo Del Campo firma el libro de Conferencistas 2011. 15 - Chris Garbutt posa luego de su conferencia para las cámaras de El Ojo News. 16 - Todos los ganadores de Centroamérica y Caribe. 17 - Hernán Ibarra y Walter Aregger, con los premios de DDB México.

DOS DÍAS EN FOTOS



19 - Maxi Itzkoff y Mariano Serkin, los mejores de Argentina. 20 - Fernando Campos, con los premios de Santa Clara. 21 - Los mejores de Brasil en el primer día de premiaciones. 22 - Stanley posa junto a colegas en los pasillos de El Ojo. 23 - Torrence Boone, de Google luego de su conferencia con la remera de El Ojo. 24 - Borrell y Calderón, con la edición aniversario de LatinSpots. 25 - Sokoloff durante su charla en el escenario de El Ojo. 26 - LKotaro Sugiyama junto a Santiago Keller y el nuevo libro de Dentsu. 27 - Primo Buenos Aires, la Mejor de Argentina. 28 - Todos los ganadores de Argentina en El Ojo Local. 29 - Yasuharu Sasaki y Kotaro Sugiyama en el escenario del Hilton. 30 - El público iberoamericano llenó en Salón de Conferencias de El Ojo 2011. 31 - Chris Garbutt junto a Santiago Keller Sarmiento previo a su charla.

CRÉDITOS**Director y editor responsable:**

Santiago Keller Sarmiento.

Coordinación general:

Paz Keller.

Coordinación El Ojo News:

Florencia Vera.

Redacción:

Eugenia Murillo, Pablo Berardesca y Verónica Miramonte.

Diseño:

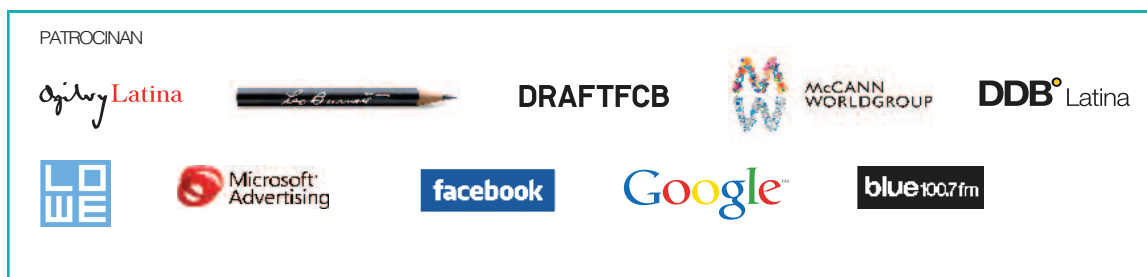
Jacinto Garay, Yanina M. García.

Fotos:

Estudio Andrés Negroni.

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.

PATROCINADORESAmbientación general: **Estudio Crisalda - Norma Rolandi**

Realización de escenario: Francisco Pacciullo

Patrocinadores que acompañaron: Casa Fada - Sillas Acapulco - Bulla - Bondi - Luciana González Franco - Margarita López Dufour - Susana Munay - Stella Torrà.

OneClick Store

Distribuidor Autorizado

Presentamos la nueva iMac. La definitiva todo-en-uno lo da todo.

La nueva iMac incluye procesadores de cuatro núcleos de última generación, gráficos avanzados, E/S Thunderbolt de alta velocidad, una cámara FaceTime y OS X Lion, el sistema operativo para equipos de escritorio más avanzado del mundo.



Consulte por nuestros planes de financiación



OneClick Store Microcentro: Paraguay 445 • t: 4315.1919 | OneClick Store Palermo Soho: Honduras 5225 • t: 4831.8774

OneClick Store Puerto Madero: Blvd. Macacha Güemes 348 • t: 4116.2211

Ventas: ventas@oneclickstore.com.ar • Consultas: consultas@oneclickstore.com.arSoporte Técnico: soporte@oneclickstore.com.ar • Cursos: cursos@oneclickstore.com.ar
oneclickstore.com.ar



PAUL, SOMMELIER DE
COCA-COLA LIGHT

BEBIDA SIN ALCOHOL DIETETICA, GASIFICADA DE EXTRACTOS DE VEGETALES. COCA-COLA LIGHT ES MARCA REGISTRADA DE THE COCA-COLA COMPANY.

