



XXV FESTIVAL INTERNACIONAL

EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2022

Ve más allá

9, 10 Y 11 DE NOVIEMBRE
BUENOS AIRES / ARGENTINA

elojodeiberoamerica.com

[f/elojodeiberoamerica](https://www.facebook.com/elojodeiberoamerica) [ig/elojofestival](https://www.instagram.com/elojofestival) [yt/elojoweb](https://www.youtube.com/elojoweb)

REGLAMENTO EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2022

A - CONSIDERACIONES GENERALES

FILOSOFÍA DEL PREMIO

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

FECHA Y LUGAR DEL EVENTO

La XXV Edición del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica tendrá lugar del 9 al 11 de noviembre de 2022 en el Centro de Convenciones de La Rural en Palermo, en la ciudad de Buenos Aires.

Luego de dos exitosas ediciones online en 2020 y 2021 para cuidarnos y atender a las restricciones sanitarias derivadas de la pandemia, El Ojo anuncia que llegó el momento de volver a juntarnos presencialmente, y también será el momento de abrazarnos y celebrar cara a cara todos juntos los 25 años del festival internacional con una mirada latina sobre la creatividad más importante del planeta.

¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?

Agencias de Publicidad, directores creativos, productoras, directores de cine publicitario, anunciantes, agencias de medios, estudios creativos, estudios de diseño y branding, diseñadores, medios de comunicación, agencias interactivas, agencias de promoción, experiencia de marca y de marketing directo, post productoras, estudios de animación, productoras de imagen, audio y sonido, productoras de música, estudios multimedia, agencias de desarrollo y activación, productoras de contenidos, agencias de comunicación, agencias de prensa, agencias de relaciones públicas, agencias de comunicación interna, consultoras de comunicación, departamentos internos de relaciones institucionales, departamento de publicidad, marketing, branding, innovación, sustentabilidad y RSE de empresas, asesores de imagen, agencias BTL, estudios 3D, empresas de software y programación, programadores y realizadores de videojuegos y aplicaciones, instituciones, organismos o empresas tanto públicas como privadas así como asociaciones de bien público y ONGs, etc.

¿QUÉ PAÍSES PUEDEN PARTICIPAR?

Podrán participar de los premios por Iberoamérica, las piezas, campañas y casos pensados, creados, realizados o aprobados para un mercado, una subregión y/o para la región por toda empresa o profesional de América,

Estados Unidos (aquellas piezas destinadas a un target donde esté incluida la comunidad latina, en cualquier idioma), España, Andorra y Portugal que inscriban y hayan abonado sus inscripciones dentro de las fechas estipuladas por el festival.

Para los premios Mejor Idea Latina para el Mundo, Mejor Producción Audiovisual y Mejor Producción de Audio & Sonido, podrán participar las piezas, campañas y casos de profesionales de agencias, productoras o empresas de cualquier parte del planeta siempre y cuando, la idea inscrita haya tenido la participación relevante de un profesional latino en su creación (CCO, VP Creativo, Director creativo, Director de Arte, Redactor, CMO, Realizador, etc).

¿QUÉ CANTIDAD DE MATERIAL SE PUEDE INSCRIBIR?

No existe un límite para la cantidad de material que puede inscribir cada participante (profesional o empresa) en cualquiera de las áreas o categorías de premiación siempre y cuando cumpla con las normas establecidas.

REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL MATERIAL INSCRITO

Todos los trabajos deberán inscribirse y enviarse de la forma solicitada antes del cierre de la inscripción (inscripción.elojodeiberoamerica.com). La organización podrá definir extender esta fecha, dependiendo del día del comienzo del proceso de votación.

El material inscripto debe contar con la autorización del anunciante, de la agencia y/o del propietario de los derechos de la obra, haber sido efectivamente emitido, publicado o implementado durante el período que definió el Festival, a excepción de las piezas inscriptas en la categoría libre del premio Jóvenes Realizadores/ as.

Todo el material inscripto debe haber sido creado para un cliente a título oneroso, a excepción de las piezas correspondientes a Bien Público y a la categoría libre del premio Jóvenes Realizadores/ as.

El material debe inscribirse tal cual fue emitido, publicado y/o implementado. La información suministrada al Festival debe ser real y veraz, en caso contrario provocará su automática descalificación.

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

A efecto de verificar la veracidad del material inscripto la organización podrá solicitar el comprobante de emisión, publicación, implementación y/o resultados, así como los datos del responsable por parte del anunciante, y deberán ser presentados a las 24 hs. de ser solicitado por la organización del festival. En tanto no se presenten, la participación de este material o su reconocimiento quedará en suspenso.

FECHA DE EMISIÓN / PUBLICACIÓN / IMPLEMENTACIÓN

Podrán participar todas las piezas que hayan sido emitidas, publicadas y/o implementadas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022 y que no hayan sido inscriptas en las mismas categorías de la edición anterior del festival.

Las piezas inscriptas en El Ojo Eficacia y en El Ojo Jóvenes Realizadores/ as podrán haber sido publicadas, emitidas y/o realizadas desde el 1º de enero de 2020 hasta el 2 de octubre de 2022, siempre que no hayan participado en la misma categoría en una edición anterior.

A solicitud de los participantes se aceptarán trabajos concluidos, pero no publicados al 15 de septiembre de 2022 (día que finaliza la inscripción) pero que serán emitidos, publicados y/o implementados antes del 2 de octubre de 2022.

Los trabajos que no hayan sido publicados, emitidos o realizados al 2 de octubre de 2022, a excepción de la categoría JR2 - Trabajos sin marca atrás del Premio El Ojo Jóvenes Realizadores/ as, deberán darse de baja antes del comienzo de la votación mediante una notificación por e-mail a la organización del festival y serán descalificados del premio sin resarcimiento alguno.

IDIOMA DE LAS PIEZAS INSCRIPTAS

Para los archivos audiovisuales donde su idioma original es el portugués o el inglés se recomienda el envío de la pieza subtitulada al español para un mayor entendimiento en el momento de su juzgamiento.

Además, deberá realizar la traducción al español de los copys, los guiones de radio, sinopsis, objetivos, repercusiones y toda la información solicitada en las fichas técnicas del sitio de inscripción en los campos creados para ese fin.

FECHAS Y COSTOS DE LA INSCRIPCIÓN

Contemplando el contexto actual, el Festival volverá a tener tarifas de inscripción especiales para apoyar a la industria y para contribuir a optimizar los presupuestos de cada empresa, mantendremos la posibilidad de inscribir con el formato BOOK (paquete de piezas con tarifas preferenciales).

El festival presenta cinco (5) fechas/ etapas para las inscripciones. Para cada una de ellas, los costos tendrán descuentos adicionales sobre las tarifas especiales 2022. Cuanto antes se finalice la inscripción, más beneficios y bonificaciones se obtendrán.

- **SISTEMA DE INSCRIPCIÓN ANTICIPADA (SIA)** - Hasta el 31 DE MAYO: Tarifas con 20% OFF + Descuento por cantidad de piezas inscriptas (BOOK).
- **EXTENSIÓN SIA** - Hasta el 10 DE JUNIO: Tarifas con 20% OFF + Descuento por cantidad de piezas inscriptas (BOOK).
- **CIERRE INICIAL** - 31 DE JULIO: Tarifas regulares + Descuento por cantidad de piezas inscriptas (BOOK).
- **CIERRE EXTENSIÓN** - 31 DE AGOSTO: Tarifas con adicionales del 10% + Descuento por cantidad de piezas inscriptas (BOOK).
- **CIERRE FINAL** - 15 DE SEPTIEMBRE: Tarifas con adicionales del 20% + Descuento por cantidad de piezas inscriptas (BOOK).
- **ÚLTIMO MOMENTO** - 23 DE SEPTIEMBRE: Tarifas con adicionales del 30%.
- **TARIFA FUERA DE TÉRMINO:** El festival podrá, en caso de considerarlo adecuado, dar una última oportunidad adicional de inscripción y cobrará un recargo por inscripción.

Al cierre de cada una de las etapas, los participantes que no hayan finalizado sus inscripciones, deberán abonar el costo adicional correspondiente a la nueva fecha y tendrá tiempo para finalizar la inscripción en ese período.

COSTO ADICIONAL: Las piezas/inscripciones/archivos que estén cargadas/os en el sistema y quieran ser reemplazadas/os, siempre y cuando el festival acepte el reemplazo, tendrán un recargo adicional de U\$D 50.- por cada pieza individual, cada pieza de una campaña o archivo.

COSTOS DE PROCESAMIENTO DE INSCRIPCIÓN

Todos los participantes deberán abonar, además del costo de la inscripción para cada pieza/campaña inscrita, un costo adicional obligatorio correspondiente a los gastos por el procesamiento del material que ya se encuentra incluido en las tarifas definidas para cada uno de los premios.

Con el objetivo de estimular el cumplimiento de las fechas estipuladas de inscripción, la organización definió diferentes costos de procesamiento dependiendo el momento en que cada participante finalice la inscripción de las piezas y realice el pago correspondiente.

CIERRE DE INSCRIPCIÓN AL PREMIO

La inscripción finalizará el 23 de septiembre de 2022 a las 23 hs. de Argentina, fecha a partir de la cual se considerará cerrada la inscripción. El registro de todo el material solicitado deberá ser terminado antes de esa fecha. Una vez iniciada la programación del sistema de votación para que los jurados evalúen los trabajos participantes, no se podrá incluir material adicional ni realizar ninguna modificación.

En caso de considerarlo necesario el festival podrá establecer una extensión para la fecha del cierre de la inscripción online, la cual será comunicada oportunamente a los participantes.

En caso de fijar una o más fechas de prórroga, la organización establecerá recargos para las mismas y/o cancelará descuentos o bonificaciones existentes.

CONFIRMACIÓN DE INSCRIPCIÓN AL PREMIO

Para confirmar su inscripción, deberá enviar por e-mail (info@elojodeiberoamerica.com) y a su [Ejecutivo de Cuentas](#), el [Formulario de Inscripción](#) completo con la cantidad de inscripciones, los datos de facturación y la forma de pago.

El pago deberá hacerse efectivo el día que finaliza el período de inscripción seleccionado para su inscripción, a través de los medios habilitados por el festival: tarjeta de crédito o transferencia bancaria (solo se aceptarán pagos por transferencia bancaria para inscripciones cuyos montos sean mayores a USD 1000.-).

Todas aquellas inscripciones que no se registren como abonadas antes del cierre final de la inscripción serán descalificadas.

CARTA DE ACEPTACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Los participantes deberán remitir simultáneamente al pago de las inscripciones la [Carta de Aceptación y autorización del Reglamento](#) firmada por el responsable de la empresa, aclarando nombre completo del mismo, documento de identidad, cargo y demás datos solicitados, aceptando el presente reglamento y autorizando la difusión del material inscripto. La misma se encuentra al final del reglamento y también se podrá descargar de la página del festival. Esta autorización deberá ser enviada antes del día que finaliza la inscripción.

Independientemente del envío de esta carta, la sola inscripción del material en el festival implica la aceptación de su reglamento.

Al inscribir sus trabajos, el participante autoriza a El Ojo de Iberoamérica/LatinSpots el uso de las piezas participantes, sus marcas, productos, protagonistas, reproducciones fotográficas, animaciones, logos, imagen, diseño, para el cumplimiento de los objetivos del festival.

El Festival podrá utilizar todo el material inscripto con diversos fines como difusión y promoción, presentaciones en eventos e instituciones educativas y público en general, así como la publicación de dicho material en medios de comunicación en cualquier formato.

CARGA ONLINE

La inscripción debe realizarse en el sitio de inscripción (inscripcion.elojodeiberoamerica.com).

Al momento del registro online el sistema le asignará el código de inscripción (Número de 4 dígitos) que le será solicitado por la organización para cualquier consulta que necesite realizar. Si realizó la inscripción para su empresa el año anterior, puede recuperar la contraseña y utilizar el mismo registro.

La inscripción se realizará online y deberá ingresar los datos de la empresa participante, completar las fichas técnicas y subir el material (archivos mp4,.jpg y .mp3) requerido para cada premio.

Se recomienda completar todos los campos requeridos en las fichas técnicas (obligatorios y no obligatorios) y utilizar mayúsculas/minúsculas para la carga de los datos (no utilice todo MAYÚSCULA). Cuando se inicia la carga de una “Pieza” existen campos obligatorios que deberá completar para poder guardar la ficha, luego en una segunda instancia, deberá completar los campos restantes.

Verificar que los datos cargados sean los correctos, ya que los mismos serán utilizados para el juzgamiento y la difusión y comunicación a la prensa de los finalistas y ganadores. Así mismo, se utilizarán para la realización de los rankings respectivos de Agencia, Agencia Independiente, Director/a Creativo/a, Productora, Realizador/a, Anunciante y Red de Comunicación (es importante aclarar que se reconocerá a la Mejor Red, por lo que no debe indicarse el Holding, sino la red a la que pertenece).

Se recomienda antes de iniciar la inscripción tener definidos todos los campos de la ficha técnica a completar para agilizar este proceso.

Los archivos de video, gráficos y de audio, en formato mp4, .jpg y .mp3 respectivamente, correspondientes para cada pieza deben cargarse en sus respectivas “inscripciones” en el sitio de inscripción, y una vez completa toda la información y los archivos solicitados, deberá hacer click en “ENVIAR”. En ese momento se considerará finalizada la carga de esa inscripción y no podrán realizarse cambios en esa inscripción ni en la pieza (ficha técnica).

El festival dará prioridad y garantizará el chequeo de todas las piezas e inscripciones cuyo estado figure como “Enviada”, confirmada su facturación y realizado el pago de la misma.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y ENVÍO DEL MATERIAL

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

ARCHIVOS DE VIDEO

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS AUDIOVISUALES	
EXTENSIÓN	.mp4
COMPRESIÓN	Codec: H264
PESO	Máximo: 500 MB
CALIDAD	Alta (máxima calidad)
TAMAÑO	1920x1080 (preferentemente) o 1280x720. En caso de que una pieza no haya sido creada en formato 16:9, podrán enviarnos el archivo full pantalla en tamaño original.
SONIDO	Descomprimido - 48 hZ
CANAL	Stereo
<ul style="list-style-type: none"> - El spot debe estar precedido y sucedido por un (1) segundo de negro, no tener placas con créditos ni logos. - En caso de tener que enviar más de un archivo para una campaña deberá hacerlo en un único archivo unificado colocando un archivo detrás del otro siempre precedido y sucedido por un (1) segundo de negro y respetando el orden que desea que sean visualizados. 	

ARCHIVOS GRÁFICOS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ARCHIVOS .JPG	
FORMATO	.jpg
RESOLUCIÓN	300 dpi
PESO	Peso máximo: 8 MB
CALIDAD	Alta
MODO	RGB
TAMAÑO PIEZAS HORIZONTALES	Ancho: igual a 5900 px / Alto: no debe superar 4100 px
TAMAÑO PIEZAS VERTICALES	Alto: igual a 4100 px / Ancho: no debe superar 4100 px
<ul style="list-style-type: none"> - Es importante que si la pieza posee un copy, se lea correctamente al visualizarla de lo contrario, podrá copiarlo en el campo de texto para una mejor visualización. - En caso de tener que enviar más de un archivo para una campaña o caso deberá cargarlos respetando el orden que desea que sean vistos (el que sube primero, se verá primero y así sucesivamente). 	

ARCHIVOS DE AUDIO

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ARCHIVOS .MP3	
FORMATO	.mp3
PESO	Peso máximo: 4 MB
CALIDAD	Alta
<ul style="list-style-type: none"> - El spot debe estar precedido y sucedido por un (1) segundo de silencio. - En caso de tener que enviar más de un archivo para una campaña o caso deberá hacerlo en un único archivo unificado colocando un archivo detrás del otro siempre precedido y sucedido por un (1) segundo de silencio y respetando el orden que desea que sean escuchados. 	

B - PREMIOS

PREMIOS POR IBEROAMÉRICA

- EL OJO **FILM**
- EL OJO **GRÁFICA**
- EL OJO **RADIO & AUDIO**
- EL OJO **VÍA PÚBLICA**
- EL OJO **DIGITAL & SOCIAL**
- EL OJO **MEDIA**
- EL OJO **DIRECTO**
- EL OJO **EXPERIENCIA DE MARCA& ACTIVACIÓN**
- EL OJO **PR**
- EL OJO **DESIGN**
- EL OJO **SUSTENTABLE**
- EL OJO **SPORTS**
- EL OJO **CONTENIDO**
- **EL TERCER OJO**
- EL OJO **INNOVACIÓN**
- EL OJO **CREATIVE DATA**
- EL OJO **EFICACIA**
- **MEJOR IDEA LATINA PARA EL MUNDO**
- EL OJO **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**
- EL OJO **JOVENES REALIZADORES/ AS**
- EL OJO **PRODUCCIÓN DE AUDIO & SONIDO**
- EL OJO **PRODUCCIÓN GRÁFICA**
- EL OJO **+MUJERES** (CREATIVAS Y REALIZADORAS)

• EL OJO AL **DESEMPEÑO DEL AÑO POR IBEROAMÉRICA**: Mejor Agencia, Mejor Agencia Independiente, Mejor Creativo/a, Mejor Productora, Mejor Realizador/a, Mejor Anunciante y Mejor Red de Comunicación de Iberoamérica.

PREMIOSCON PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL

- **MEJOR IDEA LATINA PARA EL MUNDO**
- EL OJO **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**
- EL OJO **PRODUCCIÓN DE AUDIO & SONIDO**

PREMIOS A NIVEL LOCAL

- EL OJO AL **DESEMPEÑO LOCAL DEL AÑO**: Mejor Agencia, Mejor Agencia Independiente, Mejor Creativo/a, Mejor Productora, Mejor Realizador/a y Mejor Anunciante por país o región participante.
- EL OJO A LA **MEJOR PIEZA/ IDEA LOCAL**: Entre las mejores piezas de cada país /región participante, se elegirá a la Mejor Idea País.

C - DETALLE DE PREMIOS Y CATEGORÍAS

PREMIOS POR IBEROAMÉRICA



EL OJO FILM (FL)

El Ojo Film celebra las mejores ideas en formato audiovisual. Premiará las mejores imágenes en movimiento que demuestren una gran idea, acompañada de una gran ejecución. Es decir, se premiarán comerciales y contenidos audiovisuales creados para ser emitidos en televisión, cine, video on demand, de forma online y para aquellos que se emitan fuera del hogar, como pantallas en la vía pública, espacios en el exterior, espacios internos, etc.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría, se elegirá el Gran Ojo Film de Iberoamérica.

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una sola categoría del Grupo A y/o una sola categoría del Grupo B o podrán participar solo en el Grupo C:

Grupo A - COMERCIALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/ SERVICIOS

Las comerciales participantes de este grupo podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios (FL1 a FL9).

En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla en forma individual y además como parte de una campaña en la misma categoría.

Duración máxima de cada una de las piezas: hasta 180 segundos.

Grupo B - COMERCIALES POR TIEMPO

Las comerciales participantes de este grupo podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría dependiendo el tiempo/ minutos de duración (FL10 a FL13).

En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla en forma individual y además como parte de una campaña en la misma categoría.

Duración máxima de cada una de las piezas: hasta 180 segundos.

Grupo C - CONTENIDOS PARA TV, CINE Y PLATAFORMAS DIGITALES

En este grupo participan trabajos emitidos en televisión, cine, video on demand y/o en plataformas online, creadas por o con una marca. Pueden ser cortos, trailers, documentales, videos institucionales, videoclips, fashion films, series, etc. (FL14)

Duración máxima de las piezas: hasta 20 minutos. Para aquellos trabajos inscriptos que superen los 2 minutos, deberán enviar una versión reducida de hasta 2 minutos, en el mismo momento que realiza la inscripción, para ser proyectada en la ceremonia de premiación en caso que resulte ganadora.

CATEGORÍAS (FL):

Grupo A – COMERCIALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/ SERVICIOS

FL1 - Alimentos y bebidas

Congelados, conservas, carnes, pescados, embutidos, huevos, leches, leches chocolatadas, bebidas a base de soja, yogures, quesos, cremas, mantecas, pastas, arroces, pizzas, salsas, sopas, aceites, vinagres, aderezos, especias, frutas, vegetales,

harinas, azúcar, alimentos para niños, tortas, postres, mermeladas, dulce de leche, miel, panes, cereales, barras de cereales, frutas secas, galletitas, snacks, helados, chocolates, caramelos, chupetines, chicles, aguas minerales, aguas saborizadas, gaseosas, jugos, cafés, té, aperitivos a base de hierbas, bebidas energizantes, cervezas, vinos, champagnes, sidras, vodkas, licores, whiskys, cocktails, aperitivos, bodegas, etc.

FL2 - Salud y cuidado personal

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

FL3 - Tecnología y artículos para el hogar

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

FL4 - Automóviles, camiones y movilidad

Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatines, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos, etc.

FL5 - Compañías de servicios públicos, privados y financieros

Servicios de TV por cable y satelital, servicios de TV on demand, servicios de streaming, aplicaciones para reproducción de música, servicios de telefonía, proveedores de Internet, compañías de servicios de agua, gas y electricidad, empresas de salud, coberturas médicas, servicios de courier, servicios de mensajería, servicios de delivery online, aplicaciones de movilidad privada, sistemas de bicicletas compartidas, servicios de peaje, estaciones de servicio, colegios, universidades, centros de estudios, bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversiones, empresas de servicios de pago, tarjetas de descuento, compañías constructoras, etc.

FL6 - Comercios al público, supermercados y tiendas online

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

FL7 - Medios, entretenimientos, recreación y turismo

Diarios, revistas, libros, enciclopedias, discos, canales de TV, estaciones de radio, multimedios, programas de TV y de radio, series, documentales, realitys, agencias de comunicación, portales, buscadores de Internet, redes y app sociales, shoppings, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones, video games, juegos de mesa, juegos de azar, loterías, juguetes, indumentaria y accesorios, calzado, relojes, anteojos y lentes para el sol, valijas, compañías aéreas, trenes, autobuses, líneas de ferrys y cruceros, servicios de alquiler de autos, servicios y reservas de hospedaje, agencias de turismo, hoteles, promoción de ciudades y países, etc.

FL8 - Institucional, patrocinios y RSE

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

FL9 - Bien público y mensajes gubernamentales

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

Grupo B - COMERCIALES POR TIEMPO

FL10 - Comerciales hasta 15 segundos de duración

FL11 - Comerciales hasta 60 segundos de duración

FL12 - Comerciales hasta 120 segundos de duración

FL13 - Comerciales hasta 180 segundos de duración

Grupo C - CONTENIDOS PARA TV, CINE Y PLATAFORMAS DIGITALES

FL14 - Contenidos hasta 20 minutos de duración



EL OJO GRÁFICA (GR)

El Ojo Gráfica celebra las mejores ideas en anuncios con imágenes fijas en formato impreso o digital donde la frescura de la idea y su ejecución logren impactar al consumidor en el momento de su visualización.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría, se elegirá el Gran Ojo Gráfica de Iberoamérica.

Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios del Grupo A. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla en forma individual y además como parte de una campaña en la misma categoría. Las campañas integradas por piezas convencionales y en formatos no convencionales participan en las categorías del Grupo B - Otros formatos.

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

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan anuncios con imágenes fijas sin interacción publicados en medios gráficos impresos o digitales (GR1 a GR9).

Grupo B - OTROS FORMATOS

Participan imágenes impresas y digitales fijas o en movimiento que contengan una intervención o permitan una interacción respetando el formato estándar de los medios gráficos y digitales (GR10).

CATEGORÍAS (GR):

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS/SERVICIOS

GR1 - Alimentos y bebidas

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

GR2 - Salud y cuidado personal

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

GR3 - Tecnología y artículos para el hogar

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

GR4 - Automóviles, camiones y movilidad

Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatinos, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos, etc.

GR5 - Compañías de servicios públicos, privados y financieros

Servicios de TV por cable y satelital, servicios de TV on demand, servicios de streaming, aplicaciones para reproducción de música, servicios de telefonía, proveedores de Internet, compañías de servicios de agua, gas y electricidad, empresas de salud, coberturas médicas, servicios de courier, servicios de mensajería, servicios de delivery online, aplicaciones de movilidad privada, sistemas de bicicletas compartidas, servicios de peaje, estaciones de servicio, colegios, universidades, centros de estudios, bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversiones, empresas de servicios de pago, tarjetas de descuento, compañías constructoras, etc.

GR6 - Comercios al público, supermercados y tiendas online

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

GR7 - Medios, entretenimientos, recreación y turismo

Diarios, revistas, libros, enciclopedias, discos, canales de TV, estaciones de radio, multimedios, programas de TV y de radio, series, documentales, realty, agencias de comunicación, portales, buscadores de Internet, redes y app sociales, shoppings, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones, video games, juegos de mesa, juegos de azar, loterías, juguetes, indumentaria y accesorios, calzado, relojes, anteojos y lentes para el sol, valijas, compañías aéreas, trenes, autobuses, líneas de ferrys y cruceros, servicios de alquiler de autos, servicios y reservas de hospedaje, agencias de turismo, hoteles, promoción de ciudades y países, etc.

GR8 - Institucional, patrocinios y RSE

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

GR9 - Bien público y mensajes gubernamentales

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

Grupo B - OTROS FORMATOS

GR10 - Formatos no convencionales

Anuncios impresos que hayan utilizado el medio gráfico tradicional de una manera innovadora, como aquellas ideas que hayan aprovechado y/o utilizado como concepto alguna característica en especial intrínseca a los medios gráficos tradicionales. También participarán aquellas ideas en las que la ejecución gráfica y/o digital es tan solo parte de un concepto más amplio, o conduzca a una interacción online mediante elementos digitales o interactivos como puede ser el uso de códigos QR, aplicaciones descargables, realidad aumentada, realidad virtual, etc.



EL OJO RADIO & AUDIO (RA)

El Ojo Radio & Audio premiará a las mejores ideas de audio desarrolladas tanto en medios convencionales como en las distintas plataformas de audio y se premiará la narrativa auditiva, la innovación sonora y musical en la comunicación de un mensaje de marca.

Las piezas inscriptas deben haber sido emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría, se elegirá el Gran Ojo Radio & Audio de Iberoamérica.

Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios del Grupo A. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla en forma individual y además como parte de una campaña en la misma categoría. Las campañas integradas por piezas convencionales y en formatos no convencionales participan en las categorías del Grupo B - Otros formatos.

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

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan spots de radio donde no sea necesaria la interacción del oyente. Los mismos deben haber sido desarrollados en formatos tradicionales independientemente del soporte por donde fueron transmitidos (RA1 a RA4).

Grupo B - OTROS FORMATOS

Participan trabajos que utilicen de una forma innovadora el medio tradicional y/o intervenciones radiales o de audio que superen los límites de las plataformas de audio, que permitan o no una interacción (RA5 a RA8).

CATEGORÍAS (RA):

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

RA1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, salud, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, etc.

RA2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados, instituciones y servicios financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios, entretenimientos, recreación, transporte, turismo, etc.

RA3 - Institucional, patrocinios y RSE

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

RA4 - Bien público y mensajes gubernamentales

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

Grupo B - OTROS FORMATOS

RA5 - Uso no convencional del medio tradicional

Spots que utilicen el formato de radio tradicional de una forma innovadora y mejoren directamente la experiencia del oyente al comunicar el mensaje de una marca.

RA6 - Uso no convencional de plataformas de audio/sonido

Ideas donde el uso creativo del audio y/o sonido sea protagonista de la acción. Esto puede incluir el uso de plataformas de audio, aplicaciones, redes sociales, desarrollo de software y tecnologías que demuestren un proceso creativo en la producción y distribución del audio.

RA7 - Podcast *Nueva categoría

Contenidos creados por una marca en todas las plataformas de audio, incluidas estaciones de radio, plataformas de streaming, patrocinio de programas, etc.

RA8 - Jingle *Nueva categoría

Piezas y/o mensajes publicitarios creados por una marca que, mediante la letra y/o la música, consigan que la marca sea fácilmente recordada por las personas.



EL OJO VÍA PÚBLICA (VP)

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

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

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

Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios del Grupo A. En caso de que se desee inscribir la pieza como individual e incluirla también como parte de una campaña, deberá inscribirla en forma individual y además como parte de una campaña en la misma categoría. Las campañas integradas por piezas convencionales y en formatos no convencionales participan en las categorías del Grupo B - Otros formatos.

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

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan imágenes fijas, impresas o digitales, desarrolladas para formatos estándar de vía pública (VP1 a VP9).

Grupo B - OTROS FORMATOS

Participan imágenes impresas y digitales fijas o en movimiento que contengan una intervención o permitan una interacción generadas para formatos estándar como así también acciones y ambientaciones desarrolladas en la vía pública y/o espacios cerrados (VP10 a VP14).

CATEGORÍAS (VP):

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

VP1 - Alimentos y bebidas

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

VP2 - Salud y cuidado personal

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

VP3 - Tecnología y artículos para el hogar

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

VP4 - Automóviles, camiones y movilidad

Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatines, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos, etc.

VP5 - Compañías de servicios públicos, privados y financieros

Servicios de TV por cable y satelital, servicios de TV on demand, servicios de streaming, aplicaciones para reproducción de música, servicios de telefonía, proveedores de Internet, compañías de servicios de agua, gas y electricidad, empresas de salud, coberturas médicas, servicios de courier, servicios de mensajería, servicios de delivery online, aplicaciones de movilidad privada, sistemas de bicicletas compartidas, servicios de peaje, estaciones de servicio, colegios, universidades, centros de estudios, bancos, tarjetas de crédito y débito, compañías de seguro, instituciones de crédito y ahorro, compañías de inversiones, empresas de servicios de pago, tarjetas de descuento, compañías constructoras, etc.

VP6 - Comercios al público, supermercados y tiendas online

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

VP7 - Medios, entretenimientos, recreación y turismo

Diarios, revistas, libros, enciclopedias, discos, canales de TV, estaciones de radio, multimedios, programas de TV y de radio, series, documentales, realitys, agencias de comunicación, portales, buscadores de Internet, redes y app sociales, shoppings, gimnasios, eventos y clubes deportivos, parques temáticos y de diversiones, zoológicos, complejos de cine, discotecas, espectáculos, festivales, museos, muestras y exposiciones, video games, juegos de mesa, juegos de azar, loterías, juguetes, indumentaria y accesorios, calzado, relojes, anteojos y lentes para el sol, valijas, compañías áreas, trenes, autobuses, líneas de ferrys y cruceros, servicios de alquiler de autos, servicios y reservas de hospedaje, agencias de turismo, hoteles, promoción de ciudades y países, etc.

VP8 - Institucional, patrocinios y RSE

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

VP9 - Bien público y mensajes gubernamentales

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

Grupo B - OTROS FORMATOS

VP10 - Formatos no convencionales e intervenciones

Participan imágenes fijas impresas o digitales que contengan una intervención o permitan una interacción utilizando los formatos estándar de vía pública. Además, participan las piezas creadas para aprovechar y/o intervenir elementos y espacios de la vía pública convirtiéndolos en un formato alternativo de comunicación.

VP11 - Ambientaciones

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

VP12 - Instalaciones Interactivas

Acciones que aprovechan el uso de espacios en la vía pública como en espacios públicos y/o privados al aire libre y/o en

ambientes cerrados, donde los consumidores son partícipes de la acción generando una interacción con el mensaje de la marca y logrando así sumergirlos en una experiencia.

VP13 - Indoor

Piezas gráficas desarrolladas en formatos estándar y no estándar para interiores de espacios públicos, privados, shopping y/o transporte público. En esta categoría, participarán tanto piezas individuales como campañas.

VP14 - Pantallas digitales

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



EL OJO DIGITAL & SOCIAL (DS)

Este premio reconocerá la mejor creatividad pensada para el mundo móvil y social. Premiará las mejores ideas que se experimentan digitalmente. Ideas que aprovechen el medio digital para mejorar el mensaje de la marca.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada una de las categorías se elegirá el Gran Ojo Digital & Social de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría (DS1 a DS13), siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (DS):

DS1 - Online ad

Ejecuciones online pagas realizadas por una marca que pueden llegar al usuario de manera directa por medio de dispositivos móviles, como también a través de la navegación online. Incluye banners, pop up, avisos digitales, videos publicitarios, comerciales online, etc.

DS2 - Aplicaciones, juegos y sites

Aplicaciones, juegos, plataformas deportivas, e-sports y sitios desarrollados específicamente para una marca o aquellos en donde existe la promoción de una marca o producto.

DS3 - Acciones en redes sociales para un producto

Acciones creadas exclusivamente para ser desarrolladas en redes sociales para mejorar la afinidad de la marca / producto con una audiencia o comunidad.

DS4 - Acciones de RSE en redes sociales *Nueva categoría

Acciones de concientización sobre problemas y situaciones de interés para la sociedad creadas por una marca desarrolladas exclusivamente para redes sociales.

DS5 - Acciones de Bien Público en redes sociales *Nueva categoría

Campañas de concientización sobre problemas y situaciones de interés para la sociedad realizadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, etc., desarrolladas exclusivamente para redes sociales.

DS6 - Influencer

Contenidos o acciones digitales que utilizan una celebridad, embajador, influencer social o gamers para involucrarse con un público objetivo.

DS7 - Viral Marketing

Piezas desarrolladas por una marca y/o por un usuario para una marca con el objetivo de generar un efecto viral, con la intención principal de ser compartidas y / o distribuidas por el usuario en línea, logrando mejorar la afinidad con la marca.

DS8 - Branded Content

Contenidos generados para publicarse en plataformas digitales y sociales con el objetivo de amplificar el mensaje de una marca y atraer al consumidor.

DS9 - Uso de tecnología

Los trabajos deberán demostrar como la tecnología digital fue utilizada en función de mejorar la experiencia del usuario y/o potenciar la relación con la marca. Se tendrá en cuenta el uso de tecnologías existentes como código QR, Bluetooth, videos 360, GPS y geolocalización, activación por proximidad, sensores móviles, chatbots, activación de voz, servicios en la nube, Internet de las cosas (IoT), etc.

DS10 - Uso de data

Soluciones creativas digitales/móviles a partir del uso de datos personales con el fin de crear y/o desarrollar una relación significativa con un público o una comunidad específica.

DS11 - E-commerce

Sitios o aplicaciones creadas para soluciones comerciales o de pago donde se tendrá en cuenta como la innovación y la optimización del recorrido que realiza el cliente llevaron a una mayor participación del consumidor y el éxito de la compra.

DS12 - Experiencia del usuario

Las ideas deberán demostrar como el conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario con un sistema, página web, aplicación, programa o dispositivo concretos, dieron como resultado una percepción positiva de dicho servicio o producto de una marca.

DS13 - Nuevas tecnologías y realidades inmersivas *Nueva categoría

Se premiarán aquellas ideas que utilicen las nuevas realidades, siendo estas herramientas útiles para mejorar la experiencia del usuario o generar experiencias entretenidas con el consumidor. Incluye realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas inmersivos, etc.



EL OJO MEDIA (CM)

El Ojo Media premiará el uso creativo, innovador y no convencional de los medios. Reconocerá las mejores ideas que utilicen el medio de una manera innovadora y relevante, que tengan en cuenta el contexto y la estrategia en la elección del medio y contribuya a amplificar el mensaje de las marcas.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Media de Iberoamérica.

Los casos inscriptos en este premio, tendrán la posibilidad de participar en dos (2) grupos:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (CM1 a CM4).

Grupo B - MEDIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (CM5 a CM13).

CATEGORÍAS (CM):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

CM1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, salud, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, etc.

CM2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados, instituciones y servicios financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios, entretenimientos, recreación, transporte, turismo, etc.

CM3 - Institucional, patrocinios y RSE

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

CM4 - Bien público y mensajes gubernamentales

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

Grupo B - MEDIOS

CM5 - Audiovisual

Piezas o intervenciones no convencionales emitidas en TV, cine, video on demand y/o nuevos soportes audiovisuales.

CM6 - Gráfico

Anuncios impresos que hayan utilizado el medio gráfico tradicional de una manera innovadora, como aquellas ideas que hayan aprovechado y/o utilizado como concepto alguna característica en especial intrínseca a los medios gráficos tradicionales.

CM7 - Plataformas de audio

Intervenciones radiales que superen los límites de la radio tradicional y las plataformas de audio utilizándolas de una forma innovadora para promocionar la marca.

CM8 - Vía Pública

Piezas desarrolladas de manera no convencional utilizando los formatos tradicionales de la vía pública (carteles, carapantallas, marquesinas, buses, paradas y refugios, etc) como así también piezas creadas para aprovechar o intervenir elementos y espacios de la vía pública de una manera no convencional, convirtiéndolos en formatos alternativos de comunicación.

CM9 - Acciones y eventos

Acciones y eventos realizados en la vía pública y/o en espacios privados, como también eventos virtuales desarrollados para una marca o una asociación de marcas con fines comunicacionales y/o promocionales en donde puede o no existir una interacción con el consumidor.

CM10 - Plataformas digitales *Nueva categoría

Piezas o acciones publicitarias no tradicionales creadas para ser desarrolladas en plataformas digitales.

CM11 - Plataformas sociales & Influencer *Nueva categoría

Se hará hincapié en aquellas acciones no tradicionales desarrolladas para plataformas sociales, como también aquellas piezas donde el eje de la idea sea el uso innovador de celebridades, influencer o gamers, como con el fin de establecer una relación más directa de la marca con el público objetivo.

CM12 - Campaña Integradas

Se premiarán los trabajos que implementen la integración de una idea utilizando múltiples medios, acciones y/o aplicaciones que se enriquezcan mutuamente y potencien la comunicación de la marca, producto o servicio. El valor de la campaña estará enfocado en el uso de dos o más medios o formatos y como esa elección ha logrado mayor alcance e impacto.

CM13 - Nuevas tecnologías y realidades inmersivas *Nueva categoría

Se premiarán aquellas ideas que implementen el uso de nuevas tecnologías para apoyar una campaña de medios. Incluye realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas inmersivos, etc.



EL OJO DIRECTO (MD)

El Ojo Directo reconocerá las mejores ideas que generen una respuesta y construyan una relación con el cliente, aquellas que busquen como objetivo captar, retener y fidelizar a una audiencia específica, donde exista un medio de respuesta para interactuar o medir resultados relevantes.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Directo de Iberoamérica.

Las piezas inscriptas en este premio, tendrán la posibilidad de participar en dos (2) grupos.

Grupo A - MEDIOS

Participarán las piezas según el medio donde fueron vehiculizadas. Los trabajos podrán ser inscriptos en más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (MD1 a MD6).

Grupo B - ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS

Se tendrá en cuenta la estrategia y los objetivos de cada campaña. Las piezas podrán participar solo en una categoría del Grupo B (MD7 o MD8).

CATEGORÍAS (MD):

Grupo A - MEDIOS

MD1- Correo directo

Piezas creadas con el fin de llegar al público objetivo de manera directa y personal. Las piezas creadas pueden ser digitales o físicas, tanto en formato impreso como corpóreo o tridimensional, también a través del uso de la tecnología demostrando la ubicación efectiva y evidencia de los resultados.

MD2 - Uso de plataformas digitales

Piezas o acciones que utilicen plataformas digitales o tecnologías asociadas para establecer el contacto con el target específico y mejorar las relaciones con su audiencia. Esto puede incluir sitios web, sitio de respuesta directa, juegos, motores de búsqueda, anuncios publicitarios, etc.

MD3 - Acciones en plataformas sociales y co-creación de contenido

Piezas o acciones que utilicen las redes sociales, blogs, wikis, sitios de intercambio de video, etc., para establecer o mejorar las relaciones con un target específico como también los trabajos donde se utilizan influencers como celebridades, youtubers, bloggers y los contenidos creados por el usuario donde se busca amplificar el mensaje de una marca, involucrarse con una comunidad de consumidores y animarlos a contribuir o colaborar con una iniciativa de marca.

MD4 - Acciones con uso de data

Los trabajos en esta categoría deben demostrar cómo los datos fueron utilizados creativamente para potenciar una campaña, impulsarla y mejorar la experiencia del cliente potenciando su relación con la marca y generando resultados medibles. Incluye actividad de respuesta en tiempo real, geolocalización, activación de proximidad, medios de programación, etc.

MD5 - Eventos y acciones

Eventos o acciones creadas para desarrollarse en la vía pública, espacios privados y /o plataformas digitales con el fin de establecer una relación directa con el público objetivo.

MD6 - Uso de nuevas tecnologías y realidades inmersivas *Nueva categoría

Piezas o acciones que demuestren como una marca a través de la tecnología y las realidades inmersivas logró involucrarse con el público objetivo y fortalecer las relaciones con el mismo. Incluye realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas inmersivos, etc.

Grupo B - ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS

MD7 - Lanzamiento y activación de marca

Piezas o acciones creadas para generar un contacto e interacción directa con el cliente o consumidor para lograr darle un mensaje de manera más directa e impulsar el lanzamiento o relanzamiento de un producto o servicio, como generar una experiencia a través de una interacción directa para promocionar un producto o marca.

MD8 - Fidelización y/o construcción de marca

Piezas o acciones dirigidas al mantenimiento de una relación duradera con el cliente y/o a la construcción de marca.



EL OJO EXPERIENCIA DE MARCA & ACTIVACIÓN (EM)

El Ojo Experiencia de Marca & Activación celebra las mejores ideas creadas con el fin de activar y promover la venta de un producto o servicio, darle vida a una marca, generar su conocimiento y el uso de la misma, originando afinidad con el público al que está dirigida. Estos trabajos deben generar la participación del consumidor en diversas actividades que sirvan para promocionar un producto o servicio y deben demostrar cómo esta experiencia condujo a lograr mayor afinidad y éxito comercial.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Experiencia de Marca & Activación de Iberoamérica.

Las piezas inscriptas en este premio, tendrán la posibilidad de participar en dos (2) grupos.

Grupo A - MEDIOS

Participarán las experiencias de marca y activaciones teniendo en cuenta el medio utilizado y el punto de contacto. Los trabajos podrán ser inscriptos en más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (EM1 a EM5).

Grupo B - OBJETIVOS

Se tendrán en cuenta los objetivos planteados para la campaña. Los trabajos de este grupo podrán participar en 1 (una) sola categoría (EM6 a EM9).

CATEGORÍAS (EM):

Grupo A - MEDIOS

EM1 - Experiencias y activaciones en el punto de venta

Piezas creadas para ser implementadas teniendo en cuenta como escenario principal uno o varios puntos de venta (físicos o digitales), como apoyo de una activación, un lanzamiento de producto, actividades de muestreo, etc.

EM2 - Experiencias y activaciones en el espacio público

Acciones y eventos desarrolladas para un producto o marca durante un período limitado de tiempo y utilizando el espacio público como eje de la acción.

EM3 - Experiencias y activaciones en plataformas digitales

Acciones y eventos online realizados para una marca o producto durante un período limitado de tiempo y utilizando las plataformas digitales, incluyendo sitios, microsítios, aplicaciones, juegos, etc.

EM4 - Experiencias y activaciones en plataformas sociales

Acciones creadas para una marca o producto durante un período limitado de tiempo y utilizando las redes sociales incluyendo celebrities, influencers o gamers como medio de acción.

EM5 - Experiencias inmersivas y nuevas tecnologías *Nueva categoría

Piezas o acciones que utilicen creativamente la aplicación de nuevas tecnologías y/o experiencias digitales inmersivas para mejorar una experiencia o activación de marca. Incluye realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas inmersivos, etc.

Grupo B - OBJETIVOS

EM6 - Lanzamiento y posicionamiento

Acciones creadas para promocionar o posicionar un producto o servicio de una marca que aún no hayan sido introducidos al mercado o que hayan sido modificados para su relanzamiento.

EM7 - Activación de marca

Acciones creadas para promocionar un producto o servicio que buscan captar la atención de los consumidores generando un contacto e interacción y logrando acercar la marca a ellos.

EM8 - Activaciones de RSE *Nueva categoría

Acciones de concientización creadas por una marca o empresa que aborden problemas y situaciones de interés para la sociedad. Los trabajos deberán demostrar el impacto generado en el público objetivo.

EM9 - Activaciones de Bien Público *Nueva categoría

Acciones generadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, etc., que aborden problemáticas sociales y éticas para generar concientización sobre un tema específico o problemática en particular teniendo en cuenta el contexto. Las piezas deberán demostrar el impacto generado en el público objetivo.



EL OJO PR (PR)

El Ojo PR celebra las mejores ideas que construyan confianza y reputación exitosa en relaciones con terceros, utilizando principalmente tácticas a través de medios ganados o canales propios para comunicar credibilidad, concientización, reputación y relacionen a las compañías u organizaciones de manera positiva con sus consumidores, miembros, empleados o la comunidad en general.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo PR de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (PR):

PR1 - Acciones de comunicación y reputación corporativa

Campañas creadas para construir la imagen, elevar el perfil o formar opinión de una marca, de una organización, institución, etc.

PR2 - Comunicaciones Internas *Nueva categoría

Acciones o actividades internas generadas para conectar a los empleados con la identidad, mensaje o el propósito de una empresa. Las piezas deberán demostrar los resultados, la satisfacción de los empleados y crecimiento empresarial.

PR3 - Acciones de RSE

Acciones generadas por una marca o empresa, que abordan cuestiones sociales y éticas. Los trabajos deberán demostrar cómo el propósito de la marca ha generado un valor y logrado conectar con sus clientes de una manera positiva.

PR4 - Acciones de Bien Público

Acciones generadas por una ONG, por el Gobierno, por entidades sociales, religiosas, etc, que aborden cuestiones de bien público, sociales y éticas.

PR5 - Manejo de reputación

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

PR6 - Acciones en tiempo real

Acciones desarrolladas para responder y/o participar en tiempo real de manera creativa en una conversación en torno a eventos internacionales o locales, asuntos públicos, privados y otras actividades.

PR7 - Acciones en plataformas digitales y sociales

Piezas, campañas y acciones que hayan utilizado las plataformas digitales y sociales en pro de una acción de comunicación efectiva.

PR8 - Influencers y co-creación de contenido

Trabajos o campañas donde se utilizan influencers como celebridades, youtubers, bloggers, como también los contenidos creados por el usuario donde se busca amplificar el mensaje de una marca, involucrarse con una comunidad de consumidores o fans y animarlos a contribuir o colaborar con una iniciativa de marca.

PR9 - Eventos y patrocinios *Nueva categoría

Eventos, eventos transmitidos en vivo, eventos corporativos, festivales, concursos, etc., realizados para construir el valor y la reputación de una marca o proyecto de comunicación como parte de una estrategia más amplia de relaciones públicas.

PR10- Lanzamientos y activaciones

Se premiará la mejor idea relacionada a promover el lanzamiento, relanzamiento o activación de un producto o servicio de una marca o empresa.

PR11 - Actualidad y contexto

Acciones de marcas inspiradas en una visión sociocultural derivada de las ideas, costumbres, valores y estilos de vida que se encuentran dentro de una región, localidad o momento específico. Se trata de acciones que hagan las marcas teniendo en cuenta un tema/problemática específica (nueva ola de Covid, catástrofes naturales, etc) como también una cultura o una sociedad en particular (indígenas del Amazonas, refugiados, etc).



EL OJO DESIGN (DG)

El Ojo Design celebra la creatividad puesta al servicio del diseño. Se distinguirán aquellos trabajos que demuestren como el diseño se ha utilizado para construir una identidad de marca, una experiencia y/o comunicar un mensaje de una marca logrando mayor reconocimiento y comprensión por parte del consumidor.

Los trabajos inscriptos deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Design de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (DG):

DG1 - Identidad y construcción de marca

Creación o actualización de una marca o identidad corporativa para cualquier producto, servicio, empresa y/u organización. Se premiarán soluciones de identidad desarrolladas a través de múltiples puntos de contactos y plataformas de medios.

DG2 - Diseño editorial

Se hará hincapié en el diseño editorial, tanto impreso como digital, como al diseño de piezas para el uso de la promoción y la comunicación de una marca. Incluye libros (tapa e interior), revistas, periódicos, artículos editoriales

DG3 - Afiches y publicaciones

Se tendrá en cuenta el diseño de la pieza para la promoción y la comunicación de una marca. Podrán participar avisos, posters, calendarios, invitaciones, postales, tarjetas de felicitación, etc

DG4 - Diseño digital

Se centrará en la ejecución del diseño estético general y la interfaz con el usuario para mejorar el uso del producto digital logrando comunicar mejor el mensaje de la marca y permitiendo una experiencia de usuario relevante, fluida y consistente en cada punto de interacción, ya sea en el soporte general, estructura como la usabilidad. Podrán incluir sitios, aplicaciones, publicaciones online, plataformas sociales, videos juegos, etc; pueden o no ser interactivos.

DG5 - Instalaciones y artículos promocionales

Se premiarán el diseño de ambientes y espacios creados tanto en el punto de venta como stands móviles, con el propósito de comunicación y experiencia de marcas tanto en la vía pública como en espacios interiores (exhibidores, stand, puntos de venta, gráficos estructurales, eventos, etc.). También participan los diseños de artículos de una marca con el fin de promocionar un producto o servicio, como indumentaria, regalos promocionales y muestras, accesorios de marketing de guerrilla, etc.

DG6 - Diseño de producto

Se premiarán aquellos productos que hayan logrado, a través de la estética y la utilidad, aumentar el valor de una marca y una óptima comunicación generando un impacto positivo en el usuario. Se tendrán en cuenta los logros del diseño en tanto exprese las cualidades de marca, identidad y funcionalidad como resuelva los problemas de producción y fabricación.

DG7 - Packaging

Se incluyen todo tipo de empaques y embalajes utilizados para promover, vender o exhibir un producto. Pueden ser embalajes para productos de consumo masivo, productos de lujo y de diseño como así también empaques promocionales o especiales que se han ejecutado por un período de tiempo limitado. Se incluyen también los embalajes con métodos de producción de origen responsable, limpio y fomenten la sustentabilidad.

DG8 - Diseño de experiencia de marca

Se premiarán las piezas que demuestren como el diseño construyó y definió la experiencia del usuario con un producto o servicio de una marca. Se tendrán en cuenta los trabajos que involucren alguno de los siguientes medios o formatos: embalajes, stands, POP, material impreso, contenido digital, el entorno, el contenido audiovisual, etc., donde la interacción del usuario con la marca logre como resultado una percepción positiva y significativa.



EL OJO SUSTENTABLE -por el Bien común (ST)

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

De esta manera, El Ojo de Iberoamérica a través El Ojo Sustentable apoya y reconoce a aquellos trabajos y empresas que, a través de su mensaje o acciones, contribuyan de forma activa, voluntaria y sostenida en el tiempo al mejoramiento social, económico y ambiental de nuestras sociedades y de nuestra casa, la Tierra.

Este premio celebra a aquellas piezas que realmente logren impactar en el mundo, a través de su aporte a la cultura y a la resolución de problemáticas específicas que perjudican a las sociedades.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Sustentable de Iberoamérica.

Las piezas inscriptas en este premio, podrán participar en una sola categoría y en uno de los dos (2) grupos.

Grupo A - PROPÓSITO DE MARCA / RSE

En estas categorías se reconocerán aquellas piezas o acciones creadas y generadas para una marca, dirigidas para abordar y concientizar sobre temas sociales, de salud, éticos y ambientales, que promuevan y contribuyan a un mundo más justo, inclusivo, solidario e integrado y genere conciencia de la importancia de lograr estos objetivos (ST1 a ST5).

Grupo B - BIEN PÚBLICO

En estas categorías se distinguirán aquellas piezas o acciones que correspondan a una campaña de Bien Público generadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras públicas, campañas de documentación, vialidad, educación, salud, capacitación y empleo realizadas por el gobierno (ST6 a ST8).

CATEGORÍAS (ST):

Grupo A - PROPÓSITO DE MARCA/ RSE

ST1 - Salud

Se premiarán mensajes creados para promover la conciencia en la salud, la importancia de la higiene, pandemias y contagios, campañas antitabaco, concientización y conocimiento de las enfermedades, la donación de órganos, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar.

ST2 - Ambiente y sustentabilidad

Se distinguirán aquellas piezas que tengan como fin generar conciencia sobre la importancia en el cuidado del medio ambiente, campañas que fomenten y enseñen sobre el uso de materiales reciclables y sustentables, campañas que fomenten la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente, campañas que promuevan el cuidado de los servicios como el agua, la

electricidad, etc. Además, se premiarán los productos y embalajes que optimicen los recursos y la energía y que, sus métodos de producción sean de origen responsables, limpios y fomenten la sustentabilidad.

ST3 - Social

Se premiarán los mensajes que promuevan la concientización sobre problemas y situaciones de interés para la sociedad. Esta categoría buscara premiar trabajos relacionados con la educación, la educación vial, la educación sexual y reproductiva, campañas de prevención en el uso de armas, campañas que promuevan concientización sobre la vulnerabilidad en los niños y los adultos mayores, campañas para prevenir adicciones y que fomenten la solidaridad.

ST4 - Género y diversidad

Se premiarán aquellas piezas donde el único requisito será que realmente impliquen una evolución en la lucha contra la desigualdad o la injusticia de género, manifestando la capacidad de la creatividad de lograr cambios que vayan más allá de la marca, beneficiando al mundo. Las piezas por excelencia serán aquellas que refuten los estereotipos, desafiando todo tipo de prejuicios y que puedan, además, lograr representaciones reales y conscientes de las personas.

ST5 - Inclusión, integración y no discriminación

Se premiarán aquellas campañas que fomenten el respeto al prójimo y la no discriminación. Piezas cuyos mensajes hagan hincapié en demostrar los esfuerzos para reducir la desigualdad económica en la sociedad, como también aquellos que busquen y fomenten la igualdad y no discriminación en temas relacionados a la raza, la etnia, el origen, la religión, las capacidades diferentes y como cualquier otro tipo de discriminación cultural.

Grupo B - BIEN PÚBLICO

ST6 - Ambiente y sustentabilidad

Se distinguirán aquellas piezas que tengan como fin generar conciencia sobre la importancia en el cuidado del medio ambiente, campañas que fomenten y enseñen sobre el uso de materiales reciclables y sustentables, campañas que fomenten la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente, campañas que promuevan el cuidado de los servicios como el agua, la electricidad, etc. Además, se premiarán los productos y embalajes que optimicen los recursos y la energía y que, sus métodos de producción sean de origen responsables, limpios y fomenten la sustentabilidad.

ST7 - Social y salud

Se premiarán los mensajes que promuevan la concientización sobre problemas y situaciones de interés para la sociedad. Esta categoría buscará premiar trabajos relacionados con la educación, la educación vial, la educación sexual y reproductiva, campañas de prevención en el uso de armas, las campañas para prevenir adicciones, campañas que fomenten la solidaridad y la inclusión, la no discriminación, el respeto al prójimo. También participarán las campañas que promuevan la conciencia en la salud, la importancia de la higiene, pandemias y contagios, campañas antitabaco, concientización y conocimiento de las enfermedades, la donación de órganos, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar.

ST8 - Género y Diversidad

Se premiarán aquellas piezas donde el único requisito será que realmente impliquen una evolución en la lucha contra la desigualdad o la injusticia de género, manifestando la capacidad de la creatividad de lograr cambios que vayan más allá de la marca, beneficiando al mundo. Las piezas por excelencia serán aquellas que refuten los estereotipos, desafiando todo tipo de prejuicios y que puedan, además, lograr representaciones reales y conscientes de las personas.



EL OJO SPORTS (SP)

El Ojo Sports celebra las mejores ideas relacionadas al mundo del deporte y a las marcas que saben aprovechar la oportunidad que los eventos deportivos les brindan para comunicar o promocionarse.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Sports de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (SP):

SP1 - Medios audiovisuales

Comerciales, spots y contenidos creados para emitirse en TV, Cine, VOD (video on demand), plataformas digitales, radio o plataformas de audio.

SP2 - Plataformas digitales, sociales e Influencers

Piezas, acciones, aplicaciones, juegos creados para ser desarrolladas en plataformas digitales y sociales para mejorar la afinidad de la marca con una audiencia o comunidad. Podrán participar también las acciones que utilicen celebrity, influencer para amplificar el mensaje de la una marca e involucrarse con un público objetivo.

SP3 - Eventos, acciones y sponsorship

Piezas, acciones promocionales e instalaciones creadas para ser desarrolladas o exhibidas en espacios públicos interiores o exteriores, como experiencias virtuales para comunicar una marca o un mensaje de la misma. Acciones de patrocinio, experiencias en vivo, eventos deportivos o creados dentro de un marco deportivo desarrollados para una marca o una asociación de marcas con fines comunicacionales, promocionales, para incrementar la notoriedad de la marca y/o amplificar su mensaje, permitiendo una relación directa con su público objetivo.

SP4 - Gaming / E-Sports

Esta categoría está destinada a todas las piezas relacionadas al mundo de los videojuegos, las competencias virtuales, el apoyo a los gamers, etc. Cómo las marcas están usando el ambiente de los juegos virtuales para realizar acciones de comunicación con el objetivo de acercarse a su público objetivo, interactuar con él, premiarlo, transmitir un mensaje, vender productos y servicios, amplificar mensajes, convocar a algún tipo de acción o reforzar su presencia institucional como marca. Pueden ser comerciales, gráficas, acciones, eventos, aplicaciones, campañas 360, etc.

SP5 - Excelencia en la experiencia de marca

Experiencias producidas a través de diferentes plataformas con el fin de amplificar el mensaje de la marca y comprometerse con el consumidor. Los ganadores de este premio serán la demostración de cómo los anunciantes están tratando de llegar a sus audiencias para establecer relaciones significativas, novedosas, experiencias memorables y lograr la participación del consumidor logrando una conexión con la marca.

SP6 - Social, diversidad e Inclusión

Acciones creadas por una marca o una organización para concientizar e impulsar un cambio sobre los distintos problemas y lograr enfrentar las disparidades basadas en la inclusión social, género, discapacidad, origen étnico, religión u otro estatus dentro del deporte o una comunidad relacionada con el deporte.

SP7 - Contexto y Actualidad

Acciones de marcas inspiradas en una visión sociocultural derivada de las ideas, costumbres, valores y estilos de vida que se encuentran dentro de una región, localidad o momento específico, relacionadas al deporte.

Se tratan de acciones que hagan las marcas teniendo en cuenta un tema deportivo específico (Juegos Olímpicos, Torneos locales e internacionales, SuperBowl, etc) o contextos de actualidad relacionados con el deporte (Fallecimiento de Maradona, Covid en el fútbol, promoción de la imagen de clubes de fútbol u otros deportes, etc).



EL OJO CONTENIDO (CT)

El Ojo Contenido celebra las mejores ideas que hayan sido desarrolladas para una marca o en conjunto con una marca con el fin de entretener, potenciar y comunicar un mensaje de marca o conectar con los consumidores de una forma innovadora, no invasiva y se vea atraído hacia ella.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y; entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Contenido de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (CT):

CT1 - Audiovisual

Contenidos creados para emitirse en TV, cine, video on demand, programas de TV, plataformas de streaming y otros soportes audiovisuales. La duración permitida de los trabajos presentados es hasta 20 minutos.

CT2 - Plataformas de audio y sonido

Contenidos y podcast creados para publicarse en programas, emisoras radiales ya sea en la Radio como en plataformas de audio.

CT3 - Plataformas digitales

Contenidos creados para plataformas digitales como sitios, micrositos, juegos online, series online, VR (Realidad virtual), AR (Realidad aumentada).

CT4 - Plataformas sociales

Contenidos creados en redes sociales, como aplicaciones, blogs, wikis, sitios para compartir videos, etc con el fin de crear y / o mejorar las relaciones con el usuario de la marca.

CT5 - Gaming & E-Sports

Contenido creado por una marca donde se busque la participación o el entretenimiento a través de dinámicas y mecánicas relacionada a la industria del gaming y/o E-Sports.

CT6 - Influencers

Contenido o entretenimiento que cuenta con la colaboración de un influenciador, celebridades, líderes de opinión para amplificar el mensaje de una marca, como también contenido creado por el usuario para la marca.

CT7 - Nuevas tecnologías y realidades inmersivas *Nueva categoría

Contenidos creados para una marca donde se utilicen creativamente las nuevas tecnologías como las realidades inmersivas, logrando mejorar la relación con el usuario y generar una experiencia entretenida. Incluye realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas inmersivos, etc.

CT8 - Eventos y acciones

Eventos y/o acciones creadas y desarrolladas por una marca o una asociación de marcas con el fin de entretener y lograr potenciar el mensaje o la imagen de una marca.

CT9 - Experiencia de marca

Experiencias producidas a través de diferentes plataformas como así también acciones y eventos producidos en la vía pública como en lugares cerrados, con el fin de amplificar el mensaje de la marca y comprometerse con el consumidor. Los ganadores de este premio serán la demostración de cómo los anunciantes están tratando de llegar a sus audiencias para establecer relaciones significativas, novedosas, experiencias memorables y lograr la participación del consumidor y de sus conexiones únicas con sus marcas.



EL TERCER OJO (TO)

El Tercer Ojo celebra las grandes ideas que rompan paradigmas, que abran nuevas formas de comunicar y pensar en la industria. Se premiará a las ideas que abran nuevos horizontes en la forma de pensar y ver la realidad, y de relacionar a las marcas con los consumidores.

El Tercer Ojo reconoce aquellas ideas que asumen riesgos y que se animan a ver más allá de lo social y culturalmente aceptado de la industria, y/o abrir nuevas perspectivas y miradas sobre un tema, que signifique un avance en la forma de hacer comunicación. Una creatividad innovadora y disruptiva que desafíe el statu quo cultural, social y del ecosistema de las marcas, que estimule, desde el punto de vista de la comunicación, un avance en el mejoramiento de la sociedad. En definitiva, ideas que vayan más allá, que corran los límites y que construyan un mundo mejor.

Este premio no se restringe a una cantidad de ejecuciones o tipo de canales, ni tiene límites para el tipo de medios usados.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y; entre los Oros se elegirá el Gran Tercer Ojo de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría.

CATEGORÍAS (TO):

TO1 - Ideas creadas para una marca

Se reconocerán aquellas ideas creadas y generadas para una marca.

TO2 - Ideas de Bien Público

Se distinguirán aquellas ideas que correspondan a una campaña de Bien Público generadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras públicas, campañas de documentación, vialidad, educación, salud, capacitación y empleo realizadas por el gobierno.



EL OJO INNOVACIÓN (IN)

El Ojo Innovación celebra aquellas ideas innovadoras que permitan la resolución de problemas. Piezas que permitan a creativos, tecnólogos, marketers y comunicadores en general, comunicar su mensaje y/o el de sus clientes en nuevas formas, agregándole valor a sus marcas y brindándoles utilidad a sus consumidores; o aquellas grandes piezas tecnológicas que por su relevancia dentro de la industria se destaquen por sí solas.

Los premios serán otorgados -aunque no es excluyente- a proyectos tales como plataformas, aplicaciones, herramientas, programas, hardware, software, productos físicos o la modificación de recursos existentes que demuestren innovación relevante para marcas y/o la industria en general y aporten valor a la industria y a sus usuarios.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y; entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Innovación de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (IN):

IN1 - Producto

Aquellas piezas físicas terminadas que demuestren innovación en su generación, implementación o resultado. Las mismas pueden o no, tener una intervención tecnológica.

IN2 - Tecnología

Aquellas piezas donde la esencia de la innovación se encuentre en el desarrollo tecnológico. Las mismas pueden ser aplicaciones, software, dispositivos, etc.

IN3 - Prototipo

Aquellos trabajos en etapas de pre-producción o gestación de la idea como proyectos que pueden estar en proceso de prueba en un sector específico del mercado objetivo. Los mismos pueden estar o no asociados con una marca.

IN4 - Experiencia y estrategia de marca *Nueva categoría

Soluciones estratégicas e innovadoras que tengan en cuenta los nuevos desafíos de la marca y generen un impacto tangible en la experiencia del consumidor logrando los objetivos propuestos.



EL OJO CREATIVE DATA (CD)

Este premio reconocerá las mejores ideas que hayan utilizado creativamente el uso de data/ información. Se premiarían aquellas acciones o piezas que demuestren que el uso de datos mejoró y/o impulsó la ejecución / campaña mediante el uso creativo de la interpretación, el análisis o la aplicación de datos. El uso creativo de los datos debe ser el centro de la idea y el impacto/resultados deben ser claros y precisos.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y; entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Creative Data de Iberoamérica.

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas.

CATEGORÍAS (CD):

CD1 - Mejor visualización

Se premiarán aquellas piezas cuyo objetivo es hacer algo útil y valioso para las personas a partir de datos que nadie recordaría ni prestaría atención. Incluye la simplificación y conversión de la data en un formato estético, atractivo que haga que el consumidor cambie su percepción de algún hecho o producto, o modifique su comportamiento gracias a haber accedido a esta información. Incluye, pero no limita a acciones dinámicas online, estáticas o interactivas, infografías en tiempo real, instalaciones visuales y/o activaciones.

CD2 - Tiempo Real

Se premiarán aquellas piezas donde la data es parte central de la idea, y es la clave para generar la relación con los consumidores. Sin el uso de la data en tiempo real la idea no existiría. La data debe alimentar en forma constante la acción puesta en marcha, mejorando la experiencia y la percepción de los consumidores, y hasta llegando creativamente a la personalización.

CD3 - Mejor experiencia

Se premiarán aquellas piezas donde la idea es alimentada, construida o mejorada gracias al uso de la data. La data debe haber sido parte clave del diseño de la campaña, del producto o de la solución. Tiene que estar detallado el tipo de data y cómo se utilizó.

CD4 - Investigación e integración de datos *Nueva categoría

Se premiarán aquellas ideas que demuestren como la investigación basada en datos y la integración de estos, colaboraron para planificar una campaña creativa y/o una estrategia de marca más sólida.



EL OJO EFICACIA (EF)

El Ojo Eficacia celebra las mejores ideas que hayan logrado un impacto medible y probado en el negocio del cliente. Esa creatividad que todos los profesionales de la industria persiguen, la que logra afectar el comportamiento del consumidor y, por tanto, la marca, las ventas y sus objetivos.

Se evaluarán los resultados conseguidos teniendo en cuenta los objetivos planteados, gracias a estrategias e implementaciones creativas. En resumen, El Ojo Eficacia tendrá la labor de elevar aquellos casos en los que se destaque la efectividad de la creatividad en los resultados buscados por el cliente.

Podrán participar aquellos casos que con su creatividad y estrategia hayan logrado resultados significativos para el cliente en el periodo comprendido entre el 1º de enero de 2020 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros se entregará el Gran Ojo a la Eficacia de Iberoamérica.

Los casos inscriptos en este premio, tendrán la posibilidad de participar en dos (2) grupos

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (EF1 a EF4).

Grupo B - MEDIOS Y OBJETIVOS

Se tendrán en cuenta los objetivos planteados para la campaña. Los casos podrán participar en una (1) o más categorías del Grupo B siempre y cuando corresponda (EF5 a EF15).

CATEGORÍAS (EF):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

EF1 - Alimentos y Bebidas

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

EF2 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, salud, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, etc.

EF3 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados, instituciones y servicios financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios, entretenimientos, recreación, transporte, turismo, etc.

EF4 - Institucional, patrocinios y RSE

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

Grupo B - MEDIOS Y OBJETIVOS

EF5 - Estrategia en el lanzamiento y activación de marca

Acciones generadas para el lanzamiento, relanzamiento y activación de una marca o producto, como también campañas de fidelización dirigidas al mantenimiento de una relación duradera con el cliente y/o a la construcción de marca.

EF6 - Estrategia en el uso de medios

Acciones en donde la elección del medio utilizado hace a la efectividad de la campaña. El uso estratégico del medio elegido es el pilar del éxito de la campaña.

EF7 - Éxito sostenido

Acciones o campañas de productos o servicios que hayan mantenido éxito durante un período de 3 o más años. Estas campañas deberán demostrar su efectividad durante todo el período.

EF8 - Real time marketing

Acciones de marketing y/o mensajes atractivos de marca relacionados a un evento/o noticia que sucede en ese preciso instante para generar un resultado viral y capaz de alcanzar relevancia en las redes sociales y el mundo online. Los resultados se generan a partir de una respuesta en tiempo real de dicho evento.

EF9 - Estrategias interactivas

Se premiarán aquellas ideas donde la marca haya realizado acciones, eventos y/o activaciones logrando generar una interacción con el consumidor. Esa interacción puede presentarse de diferentes maneras, inclusive digitalmente, lo importante es que logre desarrollarse una relación entre el usuario-consumidor y la marca. Los ganadores de este premio serán los que demuestren como los anunciantes están tratando de llegar a sus audiencias para establecer relaciones significativas, novedosas, experiencias memorables y lograr la participación e interacción del consumidor con la marca.

EF10 - Estrategia, posicionamiento y creatividad

Celebra las ideas que crean un nuevo camino conceptual/posicionamiento para la marca. Aquellas ideas que lograron redefinir una marca gracias a la contribución conjunta entre el marketer, el planner y el creativo. El jurado premiará el esfuerzo estratégico que logró posicionar a la marca en un nuevo y superior nivel.

EF11 - Campañas de bajo presupuesto

Acciones o campañas de productos o servicios que hayan logrado tener muy buenos resultados partiendo de una inversión total menor a USD 100.000.- (producción + medios).

EF12 - Marketing promocional

Se reconocerán aquellas ideas que construyan comunicaciones estratégicas en un momento especial, estacional, una fecha festiva o patria como un contexto cultural, en relación a un público determinado.

EF13 - Marketing de actualidad

Trabajos que sacaron provecho de forma efectiva de la importancia, el interés o la relevancia inmediata de hechos actuales por medio de una estrategia específica de PR o marketing en relación a dichos eventos. Ejemplo: casos sobre Covid-19, desastres naturales, etc.

EF14 - Transformación empresarial

En esta categoría se reconocerán las ideas que aporten a la transformación de una empresa, que promueva soluciones en el negocio y la rentabilidad para los clientes. Abarcan la transformación operativa, con ideas que transformen las operaciones comerciales de los clientes; las ideas y experiencias que han proporcionado nuevas vivencias para el cliente; una nueva tecnología que haya sido utilizada para transformar una función comercial, generando nuevos negocios; el diseño de productos innovadores que han movido con éxito el modelo u oferta de un negocio; entre otras ideas que hayan promovido cambios estructurales.

EF15 - Propósito con resultados

Las piezas o acciones deberán demostrar cómo el propósito de la marca ha creado valor e impactado a las comunidades al conectar al anunciante con un público objetivo o toda la sociedad, en función de sus necesidades e intereses compartidos, generalmente relacionados con temas sociales, ambientales, sanitarios y/o culturales, que contribuyen a mejorar la vida de este público objetivo o de la sociedad en general, generando cambios que atiendan a las transformaciones planteadas inicialmente.



MEJOR IDEA LATINA PARA EL MUNDO (IL)

El Ojo Mejor Idea Latina para el mundo celebra las mejores ideas creadas tanto por profesionales latinos que se desempeñan en una agencia o empresa en Iberoamérica como también, por todos los latinos (con un rol importante) que se desempeñan fuera de Iberoamérica en una agencia o empresa de cualquier país del mundo.

Muchos profesionales iberoamericanos, hoy son líderes de importantes empresas internacionales y desde allí trabajan para marcas locales en su país de trabajo e incluso marcas mundiales. A su vez, agencias latinas prestan

su creatividad en campañas globales o directamente para anunciantes en otras partes del planeta. Es por eso, que El Ojo tiene este premio para seguir conectando, integrando, apoyando y estimulando el talento latino, no solo en la región sino en el mundo.

Los trabajos inscriptos deben haber sido publicados, implementados y/o emitidos por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros se entregará el Gran Ojo a la Mejor de Idea Latina para el Mundo.

Es importante destacar que este premio suma puntos para el ranking de Agencias, Agencias independientes, Creativos/as, Productoras, Directores/as y Red de Iberoamérica (siempre y cuando la agencia sea de Iberoamérica).

Los casos inscriptos en este premio podrán participar en una sola categoría y en uno de los dos (2) grupos:

Grupo A - IDEAS DE IBEROAMÉRICA PARA EL MUNDO

Piezas, campañas y casos creados y/o producidos por agencias/empresas de Iberoamérica para ser publicados en cualquier país del mundo o, trabajos realizados dentro de un país de Iberoamérica, ya sea a nivel local o regional, pero que el trabajo haya logrado relevancia internacional (IL1 o IL2).

Grupo B - IDEAS DE LATINOS EN EL MUNDO

Piezas, campañas y casos creados y/o producidos por agencias/empresas no iberoamericanas para ser publicados a nivel local, regional o global en cualquier país del mundo, donde la idea debe haber surgido de los latinos o bajo el liderazgo de un latino, ya sea desde el lado de la agencia (el director general creativo, el director creativo, el director de arte o el redactor), la productora y/o el director y así también un latino del lado del anunciante. Todos los datos deben figurar en la ficha técnica de inscripción (IL3).

CATEGORÍAS (IL):

Grupo A - IDEAS DE IBEROAMÉRICA PARA EL MUNDO

IL1 - Ideas de Iberoamérica para el mundo

Piezas, campañas y casos creados y/o producidos por agencias/empresas de Iberoamérica para ser publicados en cualquier país del mundo (deben haber sido publicadas, emitidas y/o llevadas a cabo por lo menos, en un país fuera de Iberoamérica).

IL2 - Ideas de Iberoamérica con relevancia internacional

Piezas, campañas y casos creados y/o producidos por agencias/empresas de Iberoamérica para ser publicados dentro de un país de Iberoamérica, ya sea a nivel local o regional, pero que el trabajo haya logrado relevancia internacional.

Grupo B - IDEAS DE LATINOS EN EL MUNDO

IL3 - Ideas de latinos viviendo fuera de Iberoamérica

Piezas, campañas y casos creados y/o producidos por agencias/empresas no iberoamericanas para ser publicados a nivel local, regional o global en cualquier país del mundo, donde la idea debe haber surgido de los latinos o bajo el liderazgo de un latino para una marca o compañía.



El Ojo Producción Audiovisual tiene el objetivo de reconocer al mejor talento en la ejecución y la técnica en cada uno de las piezas audiovisuales inscriptas, puesto que la excelencia contribuye de manera relevante al éxito de la idea. Una gran idea con una gran producción contribuye al éxito de la primera.

El Ojo Producción busca reconocer el trabajo de los directores, editores, fotógrafos, guionistas, directores de arte, músicos y a las empresas que con su esfuerzo y dedicación buscan la originalidad y calidad que distinga a cada uno de los trabajos transformándolo en una pieza única.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Producción Audiovisual de Iberoamérica.

Podrán participar los trabajos que hayan sido dirigidos y/o producidos por profesionales y/o empresas latinas y se hayan emitido en Iberoamérica o fuera de la región.

Las piezas en este premio podrán participar en dos grupos. Según el formato en el Grupo A o Grupo B, y además en el Grupo C.

Grupo A - COMERCIALES

En este grupo participarán comerciales realizados por o para una marca que haya sido publicada en TV, cine, VOD (Video on demand) y/o plataformas digitales. Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales o como parte de una campaña en más de una (1) categoría (PA1 a PA7).

Duración máxima de los archivos hasta 180 segundos.

Grupo B - OTROS FORMATOS

En este grupo participarán videos institucionales, cortos, trailers, documentales, videoclips, fashion films, series, video cases y todos los contenidos creados por o para una marca. Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales o como parte de una campaña en más de una (1) categoría (PA8 a PA12).

Duración máxima de los archivos hasta 20 minutos.

Grupo C - MEJOR POSTPRODUCCIÓN

En este grupo participarán comerciales como videos institucionales, cortos, trailers, documentales, videoclips, fashion films, series, video cases y todos los contenidos creados por o para una marca. Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales o como parte de una campaña en más de una (1) categoría (PA13 a PA16).

Duración máxima de los archivos hasta 20 minutos.

CATEGORÍAS (PA):

Grupo A - COMERCIALES

PA1 - Fotografía

PA2 - Dirección de Arte

PA3 - Dirección

PA4 - Producción Integral

PA5 - Bajo Presupuesto (Hasta USD 20.000)

PA6 - Dirección de actores

PA7 - Guion

Grupo B - OTROS FORMATOS

PA8 - Fotografía y Dirección de Arte

PA9 - Dirección

PA10 - Producción integral

PA11 - Dirección de actores

PA12 - Guion

Grupo C - POSTPRODUCCIÓN

PA13 - Animación

PA14 - Efectos visuales

PA15 - Corrección de color

PA16 - Edición



EL OJO JÓVENES REALIZADORES/AS(JR)

Las transformaciones en la industria de las comunicaciones y la revolución digital no solo impactaron en la forma de hacer creatividad, sino que también atrajo al mercado a una nueva generación de realizadores y realizadoras que llegaron a la industria para marcar una nueva época, con una mirada fresca y profundos conocimientos sobre nuevos formatos, plataformas, lenguajes y estéticas.

El objetivo de este nuevo reconocimiento es darle visibilidad a las nuevas generaciones de realizadores/as, sus formas de producir, de mirar y sus nuevos lenguajes narrativos y difundirlos entre las agencias, anunciantes y medios.

Podrán participar jóvenes que tengan hasta 35 años de edad al 31 de diciembre de 2022 que sean estudiantes o que estén trabajando y podrán presentarse de forma individual o en grupo.

Podrán inscribir directamente ellos o las productoras en las que se desempeñan tanto con trabajos realizados para una marca como también trabajos realizados sin marca atrás.

Los trabajos presentados no pueden incluir material que no sean de su propia autoría (música, textos, fotografías o imágenes en movimiento, actores, locuciones, etc), salvo que cuenten con la respectiva autorización por parte de sus autores. Sí podrá incluirse material que sea libre de derechos o bajo licencia creative commons.

Podrán participar comerciales, cortos, documentales, videoclips, videos cases, series, etc, y los trabajos podrán tener hasta 20 minutos de duración.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce.

Los premios obtenidos sumarán puntos para los reconocimientos a Mejor Productora y Mejor Realizador/a tanto a nivel local como regional.

Las piezas inscriptas en este premio tendrán la posibilidad de participar en una (1) de las dos (2) categorías.

CATEGORÍAS (JR):

JR1 -Trabajos realizados por o para una marca

Los trabajos que participen en esta categoría deberán haber sido publicados y/o emitidos entre el 1º de enero de 2020 y el 2 de octubre de 2022. Además, deberán contar con la aprobación por parte del anunciante.

JR2 - Trabajos sin marca atrás

Los trabajos que participen en esta categoría podrán realizarse especialmente para el Festival o haber sido creado anteriormente sin importar si fueron o no publicados y/o emitidos en algún medio o soporte.



EL OJO PRODUCCIÓN DE AUDIO & SONIDO - CRAFT (PS)

Reconocerá el trabajo y el talento en la ejecución y la técnica en cada una de las piezas inscriptas, premiando no solo los comerciales y spots de radios, sino también en los videoclips, documentales y cortos.

Una gran idea con una gran música y sonido contribuye al éxito de la primera.

Este premio busca reconocer el trabajo de las productoras de audio y sonido, como así también a músicos, editores, sonidistas, productores y a las empresas que con su esfuerzo y dedicación buscan la originalidad y calidad que distinga a cada uno de los trabajos transformándolo en una pieza única.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y, entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Producción de Audio & Sonido de Iberoamérica.

Podrán participar los trabajos que hayan sido producidos por profesionales y/o empresas latinas y se hayan emitido en Iberoamérica o fuera de la región.

Las piezas inscriptas en este premio tendrán la posibilidad de participar en una (1) o más de una (1) categoría.

CATEGORÍAS (PS):

PS1 - Uso de música original

PS2 - Música adaptada

PS3 - Diseño y efectos de sonido

PS4 - Jingle

PS5 - Branding sonoro *Nueva categoría



EL OJO PRODUCCIÓN GRÁFICA - CRAFT (PG)

El Ojo Producción Gráfica tiene el objetivo de reconocer al talento en la ejecución y la técnica en cada una de las piezas inscriptas, puesto que la excelencia contribuye de manera relevante al éxito de la idea.

El Ojo Producción Gráfica ve más allá y busca reconocer el trabajo de los redactores, diseñadores, fotógrafos, directores de arte, ilustradores y a las empresas que con su esfuerzo y dedicación buscan calidad que distinga a cada uno de los trabajos transformándolo en una pieza única.

Las piezas inscriptas en este premio podrán ser impresas o digitales, y se premiará a la mejor de su categoría. Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2021 y el 2 de octubre de 2022.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce; y, entre los Oros de cada categoría se elegirá el Gran Ojo Producción Gráfica de Iberoamérica.

CATEGORÍAS (PG):

PG1 - Mejor Copy

PG2 - Mejor Dirección de Arte

PG3 - Mejor Fotografía original

PG4 - Mejor Ilustración



PREMIO ESPECIAL EL OJO +MUJERES (MC)

Con el fin de amplificar, dar más visibilidad y promover el crecimiento de la presencia de mujeres en la creación de ideas de comunicación, en los equipos creativos, en la dirección de comerciales y puestos de liderazgo en las agencias y productoras, El Ojo de Iberoamérica creó en 2019 el reconocimiento + Mujeres.

Con este premio también se apunta a premiar y estimular la diversidad y representatividad en los equipos creativos y en la realización de contenido audiovisual que contribuyan a una mirada más amplia de la realidad.

La participación en este premio es gratuita y sin costo alguno para las piezas que hayan sido inscriptas en alguno de los diferentes premios de la edición 2022 del Festival y que tengan a mujeres en las posiciones relevantes indicadas para este reconocimiento (deberán figurar en los cargos correspondientes en las fichas técnicas cargadas en el sitio de inscripción).

IMPORTANTE: Las piezas que cumplan los requisitos anteriores deberán ser inscriptas en el Premio +Mujeres indicando al momento de completar la ficha técnica la profesional creativa o realizadora participante.

Este premio sumará puntos para El Ojo al Desempeño por Iberoamérica y Local: Mejor Agencia, Agencia Independiente, Directora Creativa, Productora, Realizadora y Red de Comunicación de Iberoamérica.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce.

CATEGORÍAS (MC):

MC1 - +Mujeres creativas

Podrán participar de este premio solamente aquellas piezas, ideas, campañas o casos que cuenten con una o más mujeres en el puesto de liderazgo en el área creativa: Presidentas (del ámbito creativo), CCO, VP Creativa, Directora General Creativa, Directora Creativa Digital, Directora Creativa y Head of Art.

MC2 - +Mujeres realizadoras

Podrán participar de este premio, solamente aquellas piezas, ideas, campañas o casos que tengan como realizadora de la pieza a una o más mujeres.



EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO (IBEROAMÉRICA)

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

Las empresas y/o profesionales sumarán puntos con las piezas inscriptas que lleguen a ser finalistas o ganadoras en los distintos premios que presenta el Festival a nivel iberoamericano y a nivel internacional, no en los premios locales.

Para participar de este premio las **Agencias** deben haber inscripto material en el Festival y, en esos casos, podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por ellas mismas como así también por las piezas que hayan inscripto las productoras y/o anunciantes siempre y cuando dichas empresas estén incluidas en las fichas técnicas en el campo "**Agencia principal**", del sitio de inscripción online.

En el caso de las **Productoras** deben haber inscripto material en el Festival y, en esos casos, podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por ellas mismas en los diferentes premios del Festival. Además, podrán sumar puntos por las piezas que hayan inscripto las agencias y/o anunciantes en los siguientes premios: Film, Producción Audiovisual, Producción de Audio & Sonido. Jóvenes Realizadores/as y El Ojo +Mujeres - Realizadoras, siempre y cuando dichas empresas estén incluidas en las fichas técnicas en el campo "**Productora**" del sitio de inscripción online.

En el caso de los **Directores/as Creativos/as**, si la agencia en la que se desempeña (o desempeñaba al momento de creación de la idea) inscribió material en el Festival, podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por la agencia, por ellos mismos, por la productora y por el anunciante, siempre y cuando estén incluidos/as en las fichas técnicas cargadas en el sitio de inscripción online en el campo "**Referente creativo**". Para esto, en cada inscripción deberá indicarse en ese campo a la persona o dupla que lidera creativamente la empresa (CCO, VP Creativo, DCE, DGC, etc).

En el caso de los **Realizadores/as**, si la productora en la que se desempeña (o desempeñaba al momento de la realización de la pieza) inscribió trabajos en el festival, podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por la productora, por ellos mismos, por la agencia y por el anunciante, siempre y cuando estén incluidos/as en las fichas técnicas en el campo "**Realizador/a**" cargadas en el sitio de inscripción online.

En el caso de los **Anunciantes** podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por ellos mismos, por la agencia, por la productora, siempre y cuando estén incluidos en las fichas técnicas en el campo “**Anunciante**” del sitio de inscripción online.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en el campo Agencia y/o Productora cada empresa participante recibirá el total de los puntos obtenidos correspondientes al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando esas empresas hayan inscripto y estén participando del Festival. En el caso que una de las empresas no esté participando, no podrá sumar puntos.

El Festival no será responsable si la inscripción no se realiza correctamente y los campos no los completan de la forma adecuada al momento de realizar la inscripción.



EL OJO LOCAL (POR PAÍS/REGIÓN)

Reconociendo las diferentes realidades, economías y momentos de desarrollo de la industria en cada uno de los países de la región, y con el fin de estimular a los que hacen el mejor trabajo a nivel local, el festival entregará el Premio El Ojo Local, que consta de dos categorías: **DESEMPEÑO LOCAL y MEJOR IDEA LOCAL**.

En el Premio El Ojo Local podrán participar los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

En El Ojo Local, para una selección representativa, cada país deberá registrar una cantidad de piezas inscriptas igual o mayor a 100 para competir por el Premio El Ojo al Desempeño Local y, un número mínimo de 50 piezas para participar del Premio a la Mejor Idea por país/región.

En caso de no alcanzar el número mínimo de inscripciones por país el festival puede proceder a reagrupar los países por afinidad de trabajos o declarar desierto los premios El Ojo al Desempeño Local (o alguna de sus categorías) y/o El Ojo a la Mejor Idea Local de ese país.

Los reconocimientos serán entregados exclusivamente a las empresas y/o sus profesionales que hayan inscripto sus trabajos en el festival.

EL OJO AL DESEMPEÑO DEL AÑO A NIVEL LOCAL

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

El objetivo de este reconocimiento es destacar y premiar a aquellas empresas y profesionales que mejor trabajo estén realizando para ese mercado local y que también pueden tener una relevancia internacional, pero dándole prioridad al trabajo emitido a nivel local.

Si una empresa o persona desea competir por el Premio al Mejor Desempeño del Año en más de un País, deberá inscribir por cada uno de los países en los que desee competir y contar con una oficina física en ese mercado o por lo menos un representante oficial.

Este premio elegirá a aquella empresa y persona que sume más puntos por las piezas ganadores y finalistas en el premio Mejor Idea País en el país en que se está compitiendo y por las piezas ganadores y finalistas de los premios

a nivel iberoamericano e internacional emitidas en ese país. Además, siempre y cuando tenga puntos a nivel local podrá sumar hasta el 50% de los puntos obtenidos de las piezas realizadas para otros mercados.

Las empresas y/o profesionales podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por ellas/ellos mismos/as, por la agencia, por la productora y por el anunciante, siempre y cuando estén incluidos/as en las fichas técnicas cargadas en el sitio de inscripción online en los campos correspondiente a **“Agencia”, “Referente creativo”, “Productora”, “Realizador/a” y “Anunciante”**.

Por cada categoría se seleccionarán al Ganador y se nombrarán 1º y 2º Finalista.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en el campo Agencia y/o Productora cada empresa participante recibirá el total de los puntos obtenidos correspondientes al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando esas empresas hayan inscripto y estén participando del Festival. En el caso que una de las empresas no esté participando, no podrá sumar puntos.

EL OJO LOCAL A LAS MEJORES PIEZAS / IDEAS

Las piezas inscriptas en los premios a nivel iberoamericano que hayan tenido un desempeño destacado (dependiendo en cada país el logro alcanzado: Metales, Short List o Long List), participarán del Premio a la Mejor Pieza / Idea Local de su país.

Para esto se tendrá en cuenta el país seleccionado en la ficha técnica en el campo **“País principal de emisión, publicación, implementación”** indicado al momento de realizar la inscripción online.

Entre las piezas de un país que hayan alcanzado un desempeño relevante a nivel regional, independientemente del premio en el que fue inscripta, el jurado elegirá a las mejores ideas de cada país y, entre ellas, reconocerá a la Mejor Idea país.

Se elegirá la Mejor Idea de cada país o región y a cuatro (4) finalistas.

D - COMPOSICIÓN DEL JURADO

El sistema de votación consta de dos etapas. La primera etapa de la votación será realizada por un grupo de jurados presidido, coordinado y guiado por el Presidente de cada uno de los Premios a nivel regional.

En la segunda etapa, una vez definidos los ganadores de metales de cada una de las categorías de cada premio, todos los Presidente evaluarán y designarán de una forma integran a los ganadores de los Grandes Ojos en cada uno de los premios.

El sistema de votación le permite a cada jurado juzgar atentamente y con el tiempo necesario desde su oficina, casa o lugar que elija el material participante e ir seleccionando a sus favoritos para luego realizar su votación y elegir a los mejores de cada categoría en cada una de las etapas de votación. De esta manera cada jurado puede analizar con mayor privacidad y a conciencia todo el material, ya que vota en forma privada desde la tranquilidad del lugar que elija.

Al mismo tiempo este sistema garantiza un premio genuino y transparente, ya que cada jurado vota de manera online y secreta sin las habituales presiones que normalmente se producen en las votaciones presenciales, sólo recibirá las sugerencias y criterios planteados por los presidentes de Jurado.

Cada jurado recibe un usuario y contraseña para ingresar al sistema de votación online, donde se encontrará con el material inscripto para ser juzgado y las indicaciones de los premios y categorías en las que debe votar en cada una de las rondas de votación y es responsable por la calidad y el criterio de su voto.

En ningún caso un jurado podrá votar por sus piezas o las de su empresa. Se podrá votar piezas de su red de otros países siempre que no sea un procedimiento constante. El sistema de votación se encuentra configurado para invalidar los auto-votos de cualquier miembro del jurado. En caso de detectar el procedimiento de auto-votación en forma reiterada por parte de alguno de los miembros del jurado, o la votación sistemática a las piezas de su red, la organización procederá a invalidar todo lo actuado por el jurado en cuestión. Además, dicho jurado perderá los beneficios que el festival le haya concedido. La organización tendrá en cuenta esta situación irregular al momento de convocar al jurado del año siguiente.

E - PUNTUACIÓN Y PREMIACIÓN

PREMIOS POR IBEROAMÉRICA

La organización define que el Jurado podrá entregar en base a la calidad y merecimiento de cada trabajo participante en un premio, tantos metales de “Oro” como categorías tenga dicho premio. Para el caso de los “Platas”, se podrá entregar como máximo y siempre que el trabajo participante lo merezca, hasta el doble de categorías que tenga un premio y en el caso de los “Bronces”, hasta el triple de las categorías juzgadas de dicho premio.

Por ejemplo, un Premio con tres (3) categorías, podrá entregar un máximo de 3 Oros, 6 Platas y 9 Bronces, no siendo necesario que en cada categoría haya un oro, plata o bronce. Por ejemplo, en la categoría A, se entregan 1 Oro, 1 Plata y 1 Bronce, en la categoría B: se entregan 2 Oros, 2 Platas y 3 Bronces y en la categoría C: se entregan 2 platas y 2 Bronces.

PUNTUACIÓN

40 puntos	GRAN OJO de El Tercer Ojo, El Ojo Eficacia y Mejor Idea Latina para el Mundo
30 puntos	GRAN OJO (excepto El Tercer Ojo, El Ojo Eficacia y Mejor Idea Latina para el Mundo)
20 puntos	ORO de El Tercer Ojo, El Ojo Eficacia y Mejor Idea Latina para el mundo
15 puntos	ORO (excepto El Tercer Ojo, El Ojo Eficacia y Mejor Idea Latina para el Mundo)
7 puntos	PLATA (de todos los premios)
3 puntos	BRONCE (de todos los premios)
1 punto	FINALISTA (de todos los premios)

DESEMPEÑO POR IBEROAMÉRICA

El Ojo al Desempeño se otorga por puntaje. Este surge a partir de la suma de puntos obtenidos por las piezas que hayan resultado ganadoras y finalistas en todos los premios presentados por el festival a nivel iberoamericano e internacional.

El premio El Ojo +Mujeres, El Ojo Jóvenes Realizadores/ as y Mejor Idea Latina para el Mundo también suman puntos para el premio al Desempeño por Iberoamérica. Los premios locales no son considerados para el desempeño del año a nivel regional. Solo serán tenidos en cuenta en caso de empate regional en el primer puesto.

PREMIOS LOCALES

MEJOR PIEZA / IDEA LOCAL

El premio a la Mejor Pieza/Idea Local surge del voto del jurado sobre los trabajos que tengan un mismo país de emisión y que además hayan obtenido los mejores reconocimientos a nivel regional y también a nivel global.

Para elegir a la Mejor Idea Local, los jurados elegirán entre las piezas emitidas en ese país específico que hayan tenido mejor desempeño a nivel regional.

Dependiendo de la cantidad de inscripciones de cada país en el festival, podrán participar por este premio hasta un promedio cercano al 10% de las inscripciones de ese país, pero teniendo un mínimo de 5 ideas (para los países con menos inscripciones) y hasta un máximo de 40 ideas aproximadamente (para los países con mayor cantidad de inscripciones).

El criterio de inclusión de las ideas/ piezas para participar en este premio será el siguiente: Para conformar esta selección de la que se elegirá la Mejor Idea País, primero se contabilizarán las piezas que hayan obtenido metales (se dará prioridad primero a los de ORO, luego las de PLATA y luego las de BRONCE). Si las piezas con metales no llegan al número mínimo necesario para la votación del premio, se tendrán en cuenta también las piezas finalistas.

En los casos en que un país no haya obtenido ni metales ni finalistas a nivel regional, pero haya alcanzado la cantidad mínima de inscripciones para este premio, la organización podrá evaluar elegir entre las piezas mejor ubicadas en el LongList o directamente realizar la votación del total de las piezas inscriptas. En estos casos, a las piezas ganadoras se les entregará un certificado.

PUNTUACIÓN LOCAL

20 puntos	Ganador Mejor Pieza/ Idea País
10 puntos	1º Finalista (certificado)
7 puntos	2º Finalista (certificado)
5 puntos	3º finalista (certificado)
3 puntos	4º finalista (certificado)
1 punto	Finalista

DESEMPEÑO LOCAL

El Ojo Local al Desempeño se otorga por puntaje. Este surge a partir de la suma de puntos obtenidos por las piezas ganadores y finalistas en el premio Mejor Idea País en el país en que se está compitiendo y por las piezas ganadores y finalistas de los premios a nivel iberoamericano e internacional emitidas en ese país.

Además, se sumarán los puntos obtenidos por piezas finalistas y ganadoras creadas por esa empresa o profesional para otros mercados (y que no hayan sido emitidas ni publicadas en el país donde se está compitiendo) solo hasta un máximo de puntos equivalentes al 50% del total de puntos obtenidos por el país donde se está compitiendo.

El Premio al Desempeño Local solo será otorgado a las empresas/ profesionales que hayan sumado un mínimo de 10 puntos entre los puntos acumulados a nivel Local y/o regional en el país participante. Si en un país las empresas y/o profesionales no cumplen este requisito, el premio será declarado “desierto”.

Por ejemplo, una empresa de Argentina gana:

a) Con sus trabajos con país de emisión igual a Argentina:

A nivel Iberoamérica: 1 Oro (15 puntos)

A nivel Idea Local Argentina: 3º Finalista (5 puntos)

Total: 20 puntos

b) Con sus trabajos a nivel regional o global (piezas creadas para otros mercados y NO Argentina):

2 Oros (30 puntos)

1 Bronce (3 puntos)

Total: 33 puntos

Puntos a acumular por fuera de Argentina: 50% de (a), es decir 50% de 20 puntos= 10 puntos.

Total:

(a) Por piezas locales: 20 puntos

(b) Puntos por fuera de Argentina: 10 puntos

Total: 30 puntos

PREMIOS INTERNACIONALES

Es importante destacar que estos premios suman puntos para el ranking de Mejor Desempeño de Iberoamérica, ya sea para Agencias, Agencias independientes, Directores/as Creativos/as, Productoras, Realizadores/ as, Anunciantes y Redes de Iberoamérica.

F - PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Teniendo en cuenta que este año el Festival se realizará de forma presencial, los participantes que hayan inscripto las piezas ganadoras a nivel iberoamericano y a nivel local y que resulten ganadores en el Premio al Desempeño recibirán las estatuillas correspondientes al premio recibido.

Luego del evento, si los ganadores desean recibir copia física de las estatuillas por los premios de Oro y Gran Ojo obtenidos, podrán solicitar y adquirir las réplicas abonando tarifas pautadas para este año 2022.

Los ganadores de Platas y Bronces a nivel iberoamericano y los Finalistas de Mejor Desempeño y Pieza/ Idea a nivel local recibirán un certificado online.

RÉPLICAS DE TROFEOS

Los ganadores de Grandes Ojos y Oros podrán solicitar los trofeos físicos para sus equipos/clientes/ proveedores.

Los ganadores de Platas y Bronces que deseen obtener una estatuilla física por su premio también podrán hacerlo.

Para esto deberán llenar el formulario respectivo, indicando la réplica solicitada, los datos de la ficha técnica e indicar la forma de pago y los datos del correo a través del cual gestionará por su cuenta y cargo el envío. Tendrán tiempo para solicitar réplicas hasta el 10 de diciembre de 2022.

G - ATRIBUCIONES DE LA ORGANIZACIÓN

La Organización se reserva el derecho de dividir una categoría cuando el número de inscripciones sea excesivo, a reunir dos o más categorías afines cuando el número de inscripciones no alcance el mínimo para establecer un criterio de evaluación, y a cambiar las piezas a una categoría más apropiada en el caso de considerarlo necesario.

LatinSpots Internacional S.A. se exime expresamente de toda responsabilidad causada por cualquier daño y/o perjuicio sufrido por los participantes provenientes de: casos fortuitos, errores al realizar la inscripción o carga de materiales y/o fichas técnicas, razones de fuerza mayor, actos de terceros y/o cualquier otra responsabilidad que no pueda serle directamente imputable.

Los participantes mantendrán indemne al Festival ante cualquier acción legal o reclamo que surja de la promoción, exhibición y/o uso del material inscripto, correspondiendo a su exclusiva responsabilidad todo conflicto emergente.

Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y material inscripto en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a percibir por esto compensación alguna.

Todo el material inscripto queda en poder del festival y es incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de El Ojo de Iberoamérica. Cada participante al inscribir el material, automáticamente autoriza a la Organización a la realización de presentaciones de premiación, programas de televisión, radio, internet, redes sociales u otros formatos nuevos o por crearse, y a utilizar el material o reproducciones del mismo en libros, revistas, folletos, sites, programas de televisión o en cualquier otro medio de comunicación, físico o digital o por crearse en el futuro.

La sola inscripción del material en el Festival El Ojo de Iberoamérica implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores.

Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por LatinSpots Internacional S.A., y su decisión será inapelable.

Por consultas sobre la inscripción de las piezas, el envío del material online, el pago de la inscripción, enviar un e-mail a info@elojodeiberoamerica.com.

EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2022

CARTA DE ACEPTACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Fecha: / / 2022

Por medio de la presente dejo constancia que he leído el Reglamento correspondiente a la edición de El Ojo de Iberoamérica 2022, y como responsable de las inscripciones de mi compañía, acepto los términos y condiciones del mismo.

Al mismo tiempo autorizo a El Ojo de Iberoamérica / LatinSpots Internacional S.A. a publicar, emitir y/o reproducir el material gráfico, digital, audiovisual y todo el material inscripto por mi empresa, para participar en el festival El Ojo de Iberoamérica 2022.

El mismo podrá emitirse o publicarse en los sites elojodeiberoamerica.com y latinspots.com, en medios de comunicación, en redes sociales, en programas de televisión, por plataformas de streaming, exposiciones y conferencias y en los lugares que el festival lo considere conveniente para la difusión del mismo y de los trabajos ganadores. El material enviado para la competencia también se podrá emitir en programas de televisión, internet, etc y ser incluido tanto en el Anuario El Ojo de Iberoamérica como en las distintas ediciones de la revista LatinSpots en cualquiera de sus formatos.

CÓDIGO DE INSCRIPCIÓN ONLINE:

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:

Razón Social (nombre legal de la empresa para la facturación):

N° Impositivo de su país:

Dirección:

Ciudad:

País:

Teléfono: (..... -).....

DATOS DEL RESPONSABLE DE LA INSCRIPCIÓN

Nombre:

Apellido:

Cargo:

N° de Documento / Pasaporte / Cédula:

Celular / Movil:

Firma:

Aclaración de Firma (Nombre y Apellido completo):