



XXIX FESTIVAL INTERNACIONAL

**ELOJO
DE IBEROAMÉRICA**
VE MÁS ALLÁ
2026

11, 12 Y 13 DE NOVIEMBRE
BUENOS AIRES / ARGENTINA

elodeiberoamerica.com

[/elowejweb](#) [/elojofestival](#) [f/elodeiberoamerica](#)

REGLAMENTO EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2026

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, de la región y del mundo, 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, del contenido, de la producción y de las comunicaciones.

FECHA Y LUGAR DEL EVENTO

La XXIX Edición del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica tendrá lugar del 11 al 13 de noviembre de 2026 en el Centro de Convenciones de La Rural en Palermo, en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

¿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, de 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, creadores de contenido e influencers, agencias inhouse, estudios internos de medios de comunicación y de todo tipo de empresas, consultoras creativas y estratégicas, 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, incluido Estados Unidos y Canadá (aquellas piezas destinadas a un target donde esté incluida la comunidad latina pero que no necesariamente sea la única audiencia, 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 Ideas Latinas para el Mundo (categoría IL1 e IL2), Producción Audiovisual y Producción de Audio & Sonido, podrán participar las piezas, campañas y casos de profesionales de agencias, productoras, casas de audio, sonido, programación, gaming, contenido, medios o empresas de cualquier parte del planeta siempre y cuando, la idea inscripta haya tenido la participación relevante de un profesional latino en su creación (CCO, VP Creativo, Director Creativo, Director de Arte, Redactor, CMO, Brand Manager, Director de Marca, Director de Publicidad, Director de Comunicación, Realizador, etc) y deberá ser indicado en la ficha técnica al momento de realizar la inscripción.

Además, para la categoría “IL3- Ideas de Latinos en el mundo” del premio Mejor Idea Latina para el Mundo, podrán participar todas las ideas creadas o realizadas por latinos que trabajen fuera de Iberoamérica y hayan tenido un rol relevante en su creación o producción, ya sea desde el lado de la agencia (Director/a General Creativo/a, Director/a Creativo/a, Director/a de Arte o Redactor/a), la productora y/o Realizador/a y así también un latino del lado del anunciante; sin importar en que mercado hayan sido publicadas, ya sea a nivel local, regional o global en cualquier país del mundo.

Además, para fomentar y apoyar a los latinos que trabajan fuera de la región, las inscripciones en esta categoría tendrán un descuento especial sobre la tarifa vigente al momento de la inscripción.

¿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 INSCRIPTO

Todos los trabajos deberán inscribirse y subirse a la plataforma de inscripción de la forma solicitada antes del cierre de la inscripción. 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 las categorías de Nuevos/as Realizadores/as en el premio El Ojo Producción Audiovisual.

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 las categorías Nuevos/as Realizadores/as en el premio El Ojo Producción Audiovisual.

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.

Dados los cambios y las innovaciones en tecnología y el uso de la inteligencia artificial (IA) en la industria y con el objetivo de garantizar que la creatividad reconocida sea genuina, representativa y éticamente responsable, el Festival ha actualizado estándares y medidas de integridad para sus premios. Estas directrices, diseñadas para realzar el valor y el aporte de la creatividad, se enfocarán particularmente en un código de conducta que los participantes deberán validar con su inscripción y que deberá incluir el cumplimiento de estándares éticos y de veracidad en la información relacionada a las piezas participantes y con especial énfasis en el uso responsable de la inteligencia artificial (IA) y de información fidedigna de los trabajos presentados, sus contextos, sus resultados y la manipulación ética de los mismos a través de la IA, en los casos en que haya sido utilizada en cualquier de sus instancias. Con este objetivo, los participantes deberán indicar si las piezas inscriptas han utilizado IA en alguna de las etapas de creación o producción en el sistema de inscripción del festival.

En este sentido, al momento de la inscripción, la empresa inscriptora deberá brindar los datos de contacto (nombre, cargo y mail) del responsable comercial/ de Marketing (CMO) y del Brand Manager de cada idea presentada. Además, la organización podrá solicitar el comprobante de emisión, publicación, implementación y/o resultados, e incluso una carta firmada por el responsable del anunciante certificando la veracidad de la pieza inscripta. En caso de solicitarse cualquiera de estos datos, el participante deberá presentarlos 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.

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.

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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

Las piezas inscriptas en El Ojo Eficacia, El Ojo Transformación Creativa del Negocio y en las categorías de Nuevos/as Realizadores/as de El Ojo Producción Audiovisual podrán haber sido publicadas, emitidas y/o realizadas desde el 1º de enero de 2024 hasta el 12 de octubre de 2026.

Además, se aceptarán trabajos concluidos, pero no publicados al 30 de septiembre de 2026 (día que finaliza la inscripción) pero que serán emitidos, publicados y/o implementados hasta el 12 de octubre de 2026 inclusive.

A solicitud de los participantes se podrán inscribir trabajos que hayan participado en la edición anterior del festival siempre y cuando se tengan en cuenta los siguientes puntos:

- a) Si un trabajo no obtuvo metales ni fue Finalista, podrá volver a participar en cualquier otra categoría del mismo premio menos en la que ya participó, y en las diferentes categorías de los otros premios del festival.
- b) Si el trabajo obtuvo Plata, Bronce o fue Finalista en un premio, podrá inscribirse nuevamente en ese premio, pero solo en las nuevas categorías creadas para la nueva edición del festival y, además, podrá participar en cualquiera de las categorías de los otros premios.
- c) Si el trabajo ganó Gran Ojo u Oro en un premio el año anterior, en esta nueva edición del festival solo podrá participar en las nuevas categorías de cualquiera de los otros premios, pero no podrá volver a participar de ese premio. Además, podrá inscribirse en cualquiera de las categorías disponibles para esta edición de los premios El Ojo Eficacia y El Ojo Transformación creativa del negocio.

Los trabajos que no hayan sido publicados, emitidos o realizados al 12 de octubre de 2026, a excepción de la categoría de trabajos sin marca atrás de la categoría Nuevos/as Realizadores/as del premio El Ojo Producción Audiovisual, 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, el inglés u otro idioma, que no sea el español, se recomienda el envío de la pieza subtitulada al español para un mayor entendimiento en el momento de su juzgamiento.

La misma indicación es válida para los archivos gráficos y audios que no estén en español, les recomendamos realizar la traducción al español de los copys y los guiones de radio en los campos correspondientes en el sitio de inscripción al momento de cargar el material.

Además, al completar los campos explicativos en cada una de las inscripciones, como la sinopsis, objetivos, repercusiones y toda la información solicitada en las fichas técnicas del sitio de inscripción, el Festival recomienda que se completen en español o en el idioma original y su traducción en español a continuación.

FECHAS Y COSTOS DE INSCRIPCIÓN

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

El Festival presentará cinco (5) fechas/etapas para las inscripciones. Para cada una de ellas, los costos tendrán descuentos o adicionales sobre las tarifas regulares 2026. Cuanto antes se finalice la inscripción, más beneficios y bonificaciones se obtendrán.

A continuación, las fechas disponibles para esta edición del Festival:

- **SISTEMA DE INSCRIPCIÓN ANTICIPADA (SIA):** Hasta el **30 DE MAYO** (Tarifas con 20% OFF + Descuento por cantidad de piezas inscriptas).
- **EXTENSIÓN SIA:** Hasta el **30 DE JUNIO** (Tarifas con 10% OFF + Descuento por cantidad de piezas inscriptas).
- **CIERRE INICIAL DE INSCRIPCIONES:** Hasta el **14 DE AGOSTO** (Tarifas regulares + Descuento por cantidad de piezas inscriptas).
- **EXTENSIÓN DE CIERRE DE INSCRIPCIONES:** Hasta el **15 DE SEPTIEMBRE** (Tarifas con adicionales del 10% + Descuento por cantidad de piezas inscriptas).
- **CIERRE FINAL DE INSCRIPCIONES:** Hasta el **30 DE SEPTIEMBRE** (Tarifas con adicionales del 25% + Descuento por cantidad de piezas inscriptas).
- **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 del 35%.

IMPORTANTE:

Al cierre de cada una de las etapas, los participantes que no hayan finalizado sus inscripciones (completar la ficha técnica, seleccionar el premio y la categoría, subir el material y realizar el pago), deberán abonar el costo adicional correspondiente a la nueva fecha y tendrán tiempo para completar y finalizar la inscripción en ese nuevo período.

COSTOS DE PROCESAMIENTO DE INSCRIPCIÓN

Todos los participantes deberán abonar, además del costo de la inscripción para cada pieza/campaña inscripta, 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 del momento en que cada participante finalice la inscripción de las piezas y realice el pago correspondiente.

COSTO ADICIONAL: Las inscripciones, piezas (fichas técnicas), archivos o textos explicativos que estén cargados en el sistema y quieran ser reemplazados, pero ya se encuentren procesados por parte de la organización, siempre y cuando el Festival acepte el reemplazo, tendrán un recargo adicional de **USD 50.-** por cada pieza individual, cada pieza de una campaña, textos o archivo.

CIERRE DE INSCRIPCIÓN AL PREMIO

La inscripción online finalizará el 30 de septiembre de 2026 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 participación, deberá realizar su inscripción de forma online confirmando la cantidad de inscripciones, los datos de facturación (chequear y actualizar, si fuera necesario, los datos de la razón social si corresponden a una empresa que participó en una edición anterior del Festival) y la forma de pago.

El pago deberá hacerse efectivo hasta el día que finaliza el período de inscripción seleccionado para su inscripción, a través de los medios habilitados por el Festival: Mercado Pago (válido solo para Argentina), PayPal (válido para todos los países menos Argentina), Tarjeta de crédito (off line, por lo tanto deberá compartir los datos de la tarjeta al Ejecutivo de Cuentas de su país) o Transferencia bancaria (solo se

aceptarán pagos por transferencia bancaria para inscripciones cuyos montos sean iguales o mayores a USD 1000.-).

IMPORTANTE:

Todas aquellas inscripciones que no se registren como abonadas antes del cierre final de la inscripción serán descalificadas, salvo que, previamente el participante se haya comunicado con la organización del Festival mediante el envío de una carta confirmando la fecha en que se acreditará el pago.

CONFIRMACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LAS PIEZAS E INSCRIPCIONES

Los participantes, una vez realizadas las inscripciones, deberán confirmar los datos cargados para cada una de las piezas e inscripciones realizadas, y podrá hacerlo la persona encargada de realizar la inscripción o, se podrá designar a un nuevo contacto que será la persona responsable de verificar que los datos de las fichas técnicas de las piezas, las categorías y premios seleccionados y los archivos que se cargaron sean correctos.

También, es muy importante que verifique los datos (nombre, e-mail y celular) del Chief Marketing Officer (CMO), Director de Marketing, Brand Manager o las personas responsables de la campaña por parte del anunciante para cada uno de los trabajos que están inscribiendo piezas.

TÉRMINOS Y CONDICIONES

Independientemente de la confirmación de cada una de las piezas/inscripciones, la sola inscripción del material en el Festival implica la aceptación de su reglamento. Al momento de registrarse, antes de comenzar con la carga de las piezas/inscripciones deberá aceptar los “Términos y condiciones 2026”.

Al inscribir sus trabajos, el participante autoriza a El Ojo de Iberoamérica/LatinSpots el uso de las piezas e inscripciones 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).

REGISTRO

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 en años anteriores con su e-mail actual, puede recuperar su link para ingresar y utilizar el mismo registro. En caso de que su e-mail haya cambiado, deberá registrarse nuevamente y completar todos los datos solicitados.

La inscripción se realizará completamente online y deberá ingresar los datos de la empresa inscriptora, aceptar los Términos y condiciones, los datos de la empresa que recibirá la factura, completar las fichas técnicas, subir el material (archivos .mp4, .jpg, .mp3 y/o url) requerido para cada premio y confirmar todas las piezas e inscripciones.

Se recomienda completar todos los campos requeridos en las fichas técnicas (obligatorios y no obligatorios) y al hacerlo utilizar mayúsculas/minúsculas para la carga de los datos (no utilice todo MAYÚSCULA).

Se sugiere que, antes de iniciar la inscripción, buscar y tener definidos todos los campos de la ficha técnica y los archivos correspondientes para cada inscripción para así agilizar este proceso.

Verificar que los datos y archivos cargados sean los correctos, ya que los mismos serán utilizados para el juzgamiento, 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, Productora de Audio & Sonido, Realizador/a, Anunciante y Red de Comunicación.

COSTO ADICIONAL: Las inscripciones, piezas (fichas técnicas), archivos o textos explicativos que estén cargados en el sistema y quieran ser reemplazados, pero ya se encuentren procesados por parte de la organización, siempre y cuando el Festival acepte el reemplazo, tendrán un recargo adicional de **USD 50.-** por cada pieza individual, cada pieza de una campaña, textos o archivo.

CARGA DE PIEZAS

Para realizar la inscripción deberá comenzar por la carga de las "**Piezas**", que son los diferentes trabajos que participarán del Festival. En esta sección deberá completar los datos que corresponden a la ficha técnica. Deberá subir una sola vez la pieza sin importar la cantidad de inscripciones que de esa idea quiera realizar. Solo deberá cargar más de una vez la pieza cuando esté participando de forma individual y además como parte de una campaña. En ese caso la pieza no tendrá el mismo nombre, sino que uno será el nombre de la pieza individual y otro el de la campaña.

Deberá completar el "Nombre de la pieza", el "País principal de emisión" que se tendrá en cuenta para el premio El Ojo Local a la Mejor Idea País y será el país por el que competirá a nivel local, los datos del "Anunciante" que sumará puntos para el premio El Ojo Desempeño al Mejor Anunciante a nivel Local y regional, los datos de los responsables de parte del cliente (CMO, Brand Manager, Responsable por el cliente y deberá completar nombre, cargo y mail), los datos de la "Agencia" que es importante verificar porque la pieza sumará puntos para esa/s agencia/s para el premio El Ojo Desempeño a la Mejor Agencia Local y por Iberoamérica, el campo "Referente creativo" donde deberá completar el/ la mayor responsable del área creativa de la agencia que competirá para el premio El Ojo Desempeño al Mejor Creativo/a Local y/o por Iberoamérica, los campos "Productora" y "Realizador/a" que serán tenidos en cuenta para el premio El Ojo Desempeño a la Mejor Productora y El Ojo Desempeño al Mejor Realizador/a por país y por Iberoamérica y los nombres de las personas y empresas que participaron en la creatividad y producción de la pieza que quieran incluir en los campos correspondientes.

Además, a nivel iberoamericano, se entregarán dos premios más, El Ojo Desempeño a la Mejor Productora de Audio & Sonido y a la Mejor Red de Comunicación. Por esa razón, deberá completar los datos de la productora de Audio & Sonido si fuera necesario y aclarar qué tipo de agencia es la que está participando, si es independiente, si pertenece a alguna red y/o a algún holding.

Cuando se inicia la carga de una ficha existen campos obligatorios que deberá completar para poder guardar la ficha en ese momento y luego, en una segunda instancia, deberá completar el resto de los campos que corresponda para finalizar la carga de información. Además, podrá elegir traer los datos que ya completó para otra pieza para acelerar la carga en la opción "Copiar créditos de otra pieza", en el caso que sean los mismos.

CARGA DE INSCRIPCIONES

Una vez subida la pieza (ficha técnica), deberá definir las "**Inscripciones**" de esa pieza, es decir en qué premio/s y en cuál/es categoría/s participará. Por lo tanto, deberá inscribir la pieza una única vez y tendrá tantas inscripciones como la cantidad de categorías en las que esté participando.

En cada inscripción deberá completar además del premio y la categoría, la "Fecha de primera publicación/emisión/implementación", los "Textos explicativos" como "Sinopsis, Objetivos, Resultados" y los archivos correspondientes para cada una de las inscripciones dependiendo el premio seleccionado.

Cuando se inicia la carga de una inscripción existen campos obligatorios que deberá completar para poder guardarla y luego, en una segunda instancia, deberá completar el resto de los campos/archivos que corresponda para finalizar la carga. Además, podrá elegir traer los textos explicativos que ya completó para otra inscripción para acelerar la carga en la opción "Copiar textos explicativos de otra inscripción", en el caso que sean los mismos.

CARGA DE ARCHIVOS

Los archivos de video, gráficos y de audio, en formato mp4, .jpg y .mp3 respectivamente; y los links requeridos para cada uno de los premios, deben cargarse en sus respectivas “inscripciones” en el sitio de inscripción.

Es importante que pueda verificar que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas por el Festival para que puedan subir correctamente.

Además, podrá elegir traer los archivos que ya utilizó para otra inscripción para acelerar la carga en la opción “Copiar materiales de otra inscripción”, en el caso que sean los mismos.

Al realizar la carga de los archivos deberá completar el campo de “Copy” para los archivos .jpg, “Guion” para los archivos .mp3 y activar o desactivar si se ha utilizado IA en alguno de ellos en el campo “Utilización de IA”, y describir su uso en caso que corresponda (válido para los 3 tipos de archivos solicitados).

También en ese momento, le recomendamos realizar la traducción al español de los diferentes archivos (.jpg y .mp3) que no sean en español en los campos correspondientes. En el caso de los archivos de video (.mp4), el Festival recomienda presentarlos en el idioma original del país de origen o en su defecto traducirlos y/o subtítularlos al español.

FINALIZAR PIEZAS/ INSCRIPCIONES

Para finalizar la carga de las piezas y las inscripciones, una vez completos los datos y archivos, deberá hacer click en “FINALIZADA”. Una vez finalizada, no podrá volver a modificarla e indicará a la organización del Festival que esa pieza/inscripción está confirmada y lista para participar del Festival.

La organización dará prioridad y garantizará el chequeo de todas las piezas/inscripciones que hayan sido “FINALIZADAS” cumpliendo las fechas de cierre para cada uno de los períodos de inscripción definidos, confirmada su facturación y realizado el pago de la misma.

Las piezas/inscripciones/archivos que estén cargadas/os en el sistema y quieran ser reemplazadas/os pero ya se encuentren procesadas por parte de la Organización, siempre y cuando el Festival acepte el reemplazo, tendrán un recargo adicional de USD 50.- por cada pieza individual, cada pieza de una campaña o archivo.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y ENVÍO DEL MATERIAL

La carga de los archivos en alta calidad solicitados para cada uno de los premios 2026 se realiza directamente en cada una de las inscripciones del sistema de inscripción online. No se podrá enviar material de ningún tipo por fuera del sistema de inscripción online.

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 AUDIO

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL MATERIAL DE AUDIO	
FORMATO	.mp3
CALIDAD	ALTA (máxima calidad)
PESO	Peso máximo: 4 MB
- El spot debe estar precedido y sucedido por un (1) segundo de silencio. - En caso de tener que enviar más de un audio para una campaña o caso, deberá hacerlo en un único archivo unificado, colocando un archivo detrás del otro siempre precedido y sucedido de un (1) segundo de silencio y respetando el orden que desea que sean visualizados.	

ARCHIVOS GRÁFICOS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL MATERIAL GRÁFICO	
FORMATO	.jpg
RESOLUCIÓN	300 dpi
CALIDAD	ALTA (máxima calidad)
PESO	Peso máximo: 8 MB
MODOS	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
- En importante que, si la pieza contiene un copy o texto, se lea correctamente al visualizarla, de lo contrario, podrá copiarlo en el campo de texto correspondiente en el sitio de inscripción al momento de inscribirla para una mejor visualización. - En caso de tener que enviar más de un archivo para una campaña o caso, deberá cargarlos respetando el orden con que quiere que sean visualizados (el que sube primero, se verá primero y así sucesivamente).	

ARCHIVOS DE VIDEO

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL MATERIAL AUDIOVISUAL	
EXTENSIÓN	.mp4
COMPRESIÓN	Codec: H264
CALIDAD	ALTA (máxima calidad)
PESO	Peso máximo: 500 MB
TAMAÑO	Horizontal: 1920x1080px (preferentemente) o 1280x720px. En caso de que una pieza no haya sido creada en formato 16:9, deberá enviarse el archivo adaptando el tamaño original a una caja de 16:9. Vertical: 1080x1920px (preferentemente) o 720x1280px. En caso de que una pieza no haya sido creada en formato 9:16, deberá enviarse el archivo adaptando el tamaño original a una caja de 9:16.
SONIDO	Descomprimido - 48 hZ
CANAL	Stereo
- El spot debe estar precedido por un (1) segundo de negro, no tener placas con créditos ni logos de las agencias, productoras ni empresas que hayan formado parte de su creación/producción. Si podrán estar incluidos los logos de los anunciantes/clientes. - En caso de tener que enviar más de un video para una campaña, deberá hacerlo en un único archivo unificado, colocando un archivo detrás del otro siempre precedido y sucedido de un (1) segundo de negro y respetando el orden que desea que sean visualizados. - Para todos los videos que superen los 60 segundos, el Festival solicitará el envío de una versión reducida de hasta 60 segundos que será utilizada únicamente para el momento de la premiación. No será utilizada para el período de juzgamiento.	

LINK/ URL

El Festival permitirá presentar, solo para algunas categorías ya definidas, una url con material adicional para la pieza/caso inscripto siempre y cuando la información sea fundamental para la comprensión de la idea. La url deberá estar disponible indefectiblemente hasta el 31 de diciembre de 2026.

B - PREMIOS

PREMIOS POR IBEROAMÉRICA

- EL OJO **FILM**
 - EL OJO **GRÁFICA**
 - EL OJO **RADIO & AUDIO**
 - EL OJO **VÍA PÚBLICA**
 - EL OJO **DIGITAL, SOCIAL & CREADORES**
 - 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 **CREATIVE COMMERCE**
 - EL OJO **EFICACIA**
 - EL OJO **TRANSFORMACIÓN CREATIVA DEL NEGOCIO**
 - EL OJO **SALUD & PHARMA**
 - **EL OJO IDEAS LATINAS PARA EL MUNDO**
 - EL OJO **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**
 - 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 Productora de Audio & Sonido, Mejor Anunciante, Mejor Red de Comunicación de Iberoamérica y Mejor Red Independiente de Iberoamérica.
- *Nuevos premios

PREMIOS CON PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL

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

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, plataformas/servicios de streaming, plataformas digitales, plataformas sociales 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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - COMERCIALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

En este grupo participan los comerciales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG y podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios (FL1 a FL7).

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

En este grupo participan comerciales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG y podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría dependiendo el tiempo/minutos de duración (FL8 a FL11).

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 - OTROS FORMATOS

En este grupo participan trabajos audiovisuales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/ servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG. Pueden ser comerciales, cortos, trailers, documentales, videos institucionales, videoclips, video artes, fashion films, series, series verticales, etc (FL12 a FL14).

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:

Para los comerciales, que podrán participar en las categorías FL12 y/o FL13 y no podrán participar de FL14, la duración es de hasta 180 segundos (*).

Para los contenidos que podrán participar en cualquiera de las categorías, podrán tener una duración de hasta 90 minutos (*).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

En este grupo participan los trabajos audiovisuales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/ servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG y serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Pueden ser comerciales, cortos, trailers, documentales, videos institucionales, videoclips, fashion films, series, series verticales, etc.

Los trabajos podrán ser inscriptos en la categoría FL15 y/o en FL16 o FL17 según corresponda, siempre que cumplan con los requisitos

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:

Para los comerciales, la duración es de hasta 180 segundos (*).

Para los contenidos, la duración es de hasta 90 minutos (*).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar, si son comerciales, en una (1) sola categoría del Grupo A (FL1 a FL7), en una (1) sola categoría del Grupo B (FL8 a FL11), en la categoría FL12 y/o FL13 del Grupo C, en la categoría FL15 y/o FL16 o FL17 según corresponda, del Grupo D.

En el caso de los contenidos, podrán participar en una (1) o más categorías del Grupo C (FL12 a FL14) y en la categoría FL15 y/o FL16 o FL17 según corresponda, del Grupo D.

(*) Para todos los casos en donde el archivo audiovisual supere los sesenta (60) segundos, deberá enviar una versión reducida que no supere ese tiempo (60 segundos) para ser proyectada durante la ceremonia de premiación en el caso de que la pieza resulte premiada. De no enviarla, el festival realizará la edición correspondiente, a su criterio. Ambas versiones debe enviarlas en formato mp4 y deberá subirlas en el link disponible en el sitio de inscripción. La versión reducida no será utilizada para el período de juzgamiento.

Además, para los contenidos que superen los cinco (5) minutos, deberá enviar una versión en formato .mp4 que no supere los cinco (5) minutos y sumar en el campo de la url el video completo que podrá ser de hasta noventa (90) minutos.

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 - Productos

Salud & Cuidado personal: shampoo, acondicionadores, tinturas y productos para el cuidado del cabello, dentífricos, cepillos de dientes, jabones, cremas para manos y cuerpo, desodorantes, máquinas y 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, productos de óptica, artículos ortopédicos, pañales para niños y adultos, productos para bebés, etc. **Tecnología:** grandes y pequeños electrodomésticos, equipos de audio y video, smart, reproductores de música, cámaras fotográficas, webcams, computadoras, laptops, tablets, consolas de videojuegos, impresoras, teléfonos y celulares, auriculares, VR, etc. **Artículos para el hogar:** 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.

FL3 - Automóviles, camiones y movilidad

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

FL4 - 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.

FL5 - 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.

FL6 - 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.

FL7 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - COMERCIALES POR TIEMPO

FL8 - Comerciales hasta 15 segundos de duración

FL9 - Comerciales hasta 60 segundos de duración

FL10 - Comerciales hasta 120 segundos de duración

FL11 - Comerciales hasta 180 segundos de duración

Grupo C - OTROS FORMATOS

FL12 - Viral

Comerciales y contenidos creados con la intención principal de ser compartidos y/o distribuidos por usuarios en línea.

FL13 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos audiovisuales que utilicen tecnologías digitales para potenciar el mensaje de una marca y transformar la forma de contar historias. Se centrará en formatos interactivos y envolventes que rompan las barreras de la pantalla tradicional. El objetivo principal es expandir los límites cinematográficos y convertir al espectador en un participante activo dentro de mundos virtuales. Celebrará las piezas inmersivas que aprovechan con éxito la innovación tecnológica y las herramientas de última generación. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

FL14 - Contenidos

Contenidos creados para una marca realizados para emitirse en TV, cine, programas de TV, plataformas de streaming y otros soportes audiovisuales. La duración permitida de los trabajos presentados es hasta 90 minutos.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

FL15 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

FL16 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría FL17.

FL17 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría FL16.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan anuncios con imágenes fijas sin interacción publicados en medios gráficos impresos o digitales y podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de productos y servicios (GR1 a GR7).

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 la categoría del Grupo B - Otros formatos.

Grupo B - OTROS FORMATOS

Participan trabajos gráficos impresos o digitales 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 podrán participar 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 física u online mediante elementos digitales o interactivos como puede ser el uso de códigos QR, aplicaciones descargables, realidad aumentada, realidad virtual, etc (GR8).

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea.

Los trabajos podrán ser inscriptos en la categoría GR9 y/o en GR10 o GR11 según corresponda, siempre que cumplan con los requisitos.

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.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar, si son convencionales, en una (1) sola categoría del Grupo A (GR1 a GR7), en la categoría GR9 y/o GR10 o GR11 según corresponda, del Grupo C.

En el caso de los trabajos en otros formatos, podrán participar en la categoría GR8 del Grupo B, en la categoría GR9 y/o GR10 o GR11 según corresponda, del Grupo C.

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 - Productos

Salud & Cuidado personal: shampoo, acondicionadores, tinturas y productos para el cuidado del cabello, dentífricos, cepillos de dientes, jabones, cremas para manos y cuerpo, desodorantes, máquinas y 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, productos de óptica, artículos ortopédicos, pañales para niños y adultos, productos para bebés, etc. **Tecnología:** grandes y pequeños electrodomésticos, equipos de audio y video, smarts, reproductores

de música, cámaras fotográficas, webcams, computadoras, laptops, tablets, consolas de videojuegos, impresoras, teléfonos y celulares, auriculares, VR, etc. **Artículos para el hogar:** 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.

GR3 - Automóviles, camiones y movilidad

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

GR4 - 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.

GR5 - 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.

GR6 - 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.

GR7 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - OTROS FORMATOS

GR8 - Formatos no convencionales

Trabajos gráficos impresos o digitales 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 física u online mediante elementos digitales o interactivos como puede ser el uso de códigos QR, aplicaciones descargables, realidad aumentada, realidad virtual, etc.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

GR9 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

GR10 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría GR11.

GR11 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría GR10.



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 publicadas por primera vez entre el 1º de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan spots de radio donde no sea necesaria la interacción del oyente y se desarrollen en los formatos tradicionales independientemente del soporte por donde fueron transmitidos y 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 (RA1 a RA3).

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.

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. Podrán ser inscriptas como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) sola categoría de otros formatos del Grupo B (RA4 a RA7).

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 esta categoría.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea.

Los trabajos podrán ser inscriptos en la categoría RA8 y/o en RA9 o RA10 según corresponda, siempre que cumplan con los requisitos.

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.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar, si son convencionales, en una (1) sola categoría del Grupo A (RA1 a RA3), en la categoría RA6 del Grupo B, siempre y cuando corresponda; en la categoría RA8 y/o RA9 o RA10, según corresponda, del Grupo C.

En el caso de los trabajos en otros formatos, podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo B (RA4 a RA7); en la categoría RA8 y/o RA9 o RA10, según corresponda, del Grupo C.

CATEGORÍAS (RA):

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

RA1 - Spots de Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

RA2 - Spots de Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

RA3 - Spots de Bien público y mensajes gubernamentales

Spots tradicionales realizados para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - OTROS FORMATOS

RA4 - Acciones en plataformas de audio/sonido

Acciones e intervenciones 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 u organización de bien público o gubernamental.

RA5 - 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.

RA6 - Jingle

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. Las piezas además podrán participar en la categoría correspondiente del Grupo A.

RA7 - Contenido de marca / Podcast

Contenido patrocinado, pago o financiado por una marca u organización en plataformas de audio, incluyendo emisoras de radio, plataformas de streaming, podcasts, patrocinio de programas, etc. El trabajo debe demostrar cómo se logra transmitir el mensaje y la esencia de la marca, mejorando la experiencia del oyente.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

RA8 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

RA9 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría RA10.

RA10 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría RA9.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - FORMATOS CONVENCIONALES POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS/SERVICIOS

Participan imágenes fijas, impresas o digitales, desarrolladas para formatos estándar de vía pública y 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 (VP1 a VP4).

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.

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 (VP5 a VP10).

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 esta categoría.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea.

Los trabajos podrán ser inscriptos en la categoría VP11 y/o en VP12 o VP13 según corresponda, siempre que cumplan con los requisitos.

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.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar, si son convencionales, en una (1) sola categoría del Grupo A (VP1 a VP4), en la categoría VP9 del Grupo B, siempre y cuando corresponda; en la categoría VP11 y/o VP12 o VP13, según corresponda, del Grupo C.

En el caso de los trabajos en otros formatos, podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo B (VP5 a VP10); en la categoría VP11 y/o VP12 o VP13, según corresponda, del Grupo C.

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 - Productos

Salud & Cuidado personal: shampoo, acondicionadores, tinturas y productos para el cuidado del cabello, dentífricos, cepillos de dientes, jabones, cremas para manos y cuerpo, desodorantes, máquinas y 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, productos de óptica, artículos ortopédicos, pañales para niños y adultos, productos para bebés, etc. **Tecnología:** grandes y pequeños electrodomésticos, equipos de audio y video, smart, reproductores de música, cámaras fotográficas, webcams, computadoras, laptops, tablets, consolas de videojuegos, impresoras, teléfonos y celulares, auriculares, VR, etc. **Artículos para el hogar:** 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. **Automóviles, camiones y movilidad:** Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatines, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos, etc.

VP3 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

VP4 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - OTROS FORMATOS

VP5 - Formatos no convencionales

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

VP6 - Intervenciones

Participan las piezas creadas para aprovechar y/o intervenir elementos y espacios de la vía pública convirtiéndolos en un formato alternativo de comunicación.

VP7 - 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.

VP8 - 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.

VP9 - Indoor

Carteles y afiches impresos y/o digitales con o sin interacción desarrollados en formatos estándar y no estándar para interiores de espacios públicos, privados, shopping, supermercados y/o transporte público. En esta categoría, participarán tanto piezas individuales como campañas.

VP10 - 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.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

VP11 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

VP12 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría VP13.

VP13 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría VP12.



EL OJO DIGITAL, SOCIAL & CREADORES (DS)

Este premio reconocerá la mejor creatividad pensada para el mundo digital, social y las soluciones estratégicas de marketing de influencia. Premiará las mejores ideas que se experimentan digitalmente, ideas que demuestren los niveles de interacción, el alcance social y el uso creativo de las redes sociales, embajadores de marca, creadores e influencers para mejorar el mensaje de la marca y contribuir al éxito comercial.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (DS1 a DS4).

Grupo B – FORMATOS/MEDIO

En este grupo participan los trabajos según el formato y/o medio utilizado. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (DS5 a DS14).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (DS15 a DS18).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (DS19 a DS24).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (DS1 a DS4), en una (1) o más categorías del Grupo B (DS5 a DS14) y Grupo C (DS15 a DS18), siempre y cuando corresponda; y en una (1) o más categorías de DS19 a DS22 y/o en DS23 o DS24, según corresponda, del Grupo D.

CATEGORÍAS (DS):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

DS1 - 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.

DS2 - Productos

Salud & Cuidado personal: shampoo, acondicionadores, tinturas y productos para el cuidado del cabello, dentífricos, cepillos de dientes, jabones, cremas para manos y cuerpo, desodorantes, máquinas y 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, productos de óptica, artículos ortopédicos, pañales para niños y adultos, productos para bebés, etc. **Tecnología:** grandes y pequeños electrodomésticos, equipos de audio y video, smart, reproductores de música, cámaras fotográficas, webcams, computadoras, laptops, tablets, consolas de videojuegos, impresoras, teléfonos y celulares, auriculares, VR, etc. **Artículos para el hogar:** 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. **Automóviles, camiones y movilidad:** Autos, pick-ups, vans, camiones, remolques, motos, ciclomotores, cuatriciclos, bicicletas y monopatines, neumáticos, combustibles, accesorios y repuestos para vehículos, etc.

DS3 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y de turismo, etc.

DS4 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - FORMATOS

DS5 - 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.

DS6 - Aplicaciones, juegos y sites

Aplicaciones, juegos, plataformas deportivas, e-sports y sitios desarrollados específicamente para una marca u organizaciones de Bien Público como también aquellas acciones en dónde la integración estratégica y creativa de la marca está incluida dentro de las plataformas existentes y/o se sirven de ellas para la promoción de una marca o producto.

DS7 - Uso innovador de las plataformas sociales

Acciones creativas creadas exclusivamente para ser desarrolladas en redes sociales para mejorar la afinidad de la marca/ producto con una audiencia o comunidad. Reconocerá el uso innovador de los recursos y funciones existentes, el alcance y la estrategia creativa.

DS8 - Influencer *Categoría actualizada

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

DS9 - Estrategia y colaboración de contenido liderada por Creadores *Nueva categoría

Reconocerá las alianzas estratégicas, impactantes y creativas entre creadores y marcas, donde el creador desempeña un papel fundamental en la definición de la visión a largo plazo. Las propuestas deben demostrar una combinación perfecta entre la voz única del creador y la identidad de la marca para construir narrativas auténticas, atractivas e innovadoras. Se evaluará la sinergia mutua, la planificación de contenido basada en una profunda comprensión de la audiencia y una alineación clara con los objetivos de negocio, resultando en campañas memorables y de alto impacto.

DS10 - Co-creación de contenidos generados por el usuario

Acciones sociales creadas para alentar a una comunidad/base de fans donde se busca que se involucren, construyan una comunidad, contribuyan y colaboren con las diferentes iniciativas de una marca.

DS11 - Gestión de comunidad

Se premiarán las acciones que realiza una marca u organización para incentivar e impulsar comunidades creativas, comprometidas y leales en torno a una marca o campaña. Es decir, buscará reconocer a los trabajos que hayan logrado interacciones significativas y sentido de pertenencia donde los usuarios se sientan identificados y motivados a participar activamente, generando valor para la marca y fortaleciendo su presencia.

DS12 - 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.

DS13 - 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.

DS14 - Patrocinio y colaboración de marcas

Campañas sociales que hayan utilizado programas de patrocinio, colaboración y/o una asociación de marcas con fines comunicacionales y/o promocionales para un producto o servicio, con el fin de incrementar la notoriedad de la marca y/o amplificar su mensaje, permitiendo una relación directa con su público objetivo.

Grupo C - TECNOLOGÍA

DS15 - 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, tecnología de voz, servicios en la nube, etc.

DS16 - Uso de data

Campañas sociales y/o soluciones creativas que se elevan a partir del uso de datos e información para interactuar con el fin de crear y/o desarrollar una relación significativa con un público o una comunidad específica.

DS17 - 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.

DS18 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa, (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

DS19 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

DS20 - Campañas de bajo presupuesto

Acciones y campañas creadas a partir de presupuestos y recursos reducidos que, para alcanzar el éxito, requieren una estrategia clara, ejecución creativa y profundo conocimiento del público objetivo. El enfoque en la creatividad, la conexión emocional y una inversión inteligente es clave para superar las limitaciones presupuestarias y generar resultados significativos y lograr conectar con la audiencia de manera auténtica y eficiente.

DS21 - Respuesta en tiempo real

Acciones dirigidas que utilizan redes sociales 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.

DS22 - Estrategia social

Se premiarán las acciones en redes sociales, el contenido impulsado por los creadores, las colaboraciones de los creadores e influencers, etc; que hayan implementado estrategias creativas y personalizadas de interacción con audiencias específicas, diseñadas a partir de comportamientos, intereses, datos contextuales, geolocalización u otros conocimientos sociales que permitan generar experiencias relevantes, cercanas y significativas.

DS23 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría DS24.

DS24 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría DS23.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (CM1 a CM3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (CM4 a CM11).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CM12 y CM13).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más categorías de CM14 a CM16, siempre que cumplan con los requisitos, y/o en CM17 o CM8 según corresponda.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (CM1 a CM3), en una (1) o más categorías del Grupo B (CM4 a CM11), en una (1) o más categorías del Grupo C (CM12 y CM13), en una (1) o más categorías de CM14 a CM16 y/o en CM17 o CM8 según corresponda, del grupo D.

CATEGORÍAS (CM):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

CM1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos,

tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

CM2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

CM3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

CM4 - Plataformas audiovisuales

Piezas o intervenciones no convencionales emitidas en TV, cine, plataformas de streaming y/o nuevos soportes audiovisuales.

CM5 - Impresiones y publicaciones

Anuncios, trabajos y artículos impresos que hayan utilizado el medio gráfico tradicional de una manera innovadora, como aquellas ideas que hayan aprovechado y/o utilizado la implementación de elementos digitales e interactivos, como aplicaciones descargables, códigos QR, AR e impresión 3D.

CM6 - 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.

CM7 - 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.

CM8 - 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.

CM9 - Plataformas digitales

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

CM10 - Plataformas sociales & Influencer

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, influencers o gamers, como con el fin de establecer una relación más directa de la marca con el público objetivo.

CM11 - 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.

Grupo C - TECNOLOGÍA

CM12 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad

Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa, (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

CM13 - Uso creativo de datos

Piezas o acciones que hayan mejorado e innovado creativamente a través del uso de datos, métodos basados en datos y/o la interpretación de los mismos permitiendo una mejor planificación y estrategia de marca para lograr resultados positivos y una mejor experiencia del cliente.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

CM14 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

CM15 - Estrategia de Medios

Premiará las estrategias de medios que demuestren cómo el conocimiento profundo de la audiencia y sus intereses, combinado con un profundo entendimiento de los objetivos comerciales de una marca, condujo al desarrollo de una estrategia de medios personalizada y efectiva. El objetivo es reconocer trabajos que logren resultados concretos como eficacia, posicionamiento y un impacto positivo en el público objetivo.

CM16 - Planificación y ejecución de Medios

Se reconocerán los trabajos que hayan implementado una estrategia de marketing planificada de manera efectiva. Esto implica una cuidadosa evaluación y selección de diferentes plataformas y canales de medios para llegar a la audiencia objetivo, asegurando que el mensaje de la marca se transmita de forma eficaz y creativa. El objetivo final es generar la respuesta deseada en la audiencia y cumplir con los objetivos comerciales establecidos.

CM17 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CM18.

CM18 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CM17.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (MD1 a MD3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (MD4 a MD7).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (MD8 a MD10).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más categorías de MD11 a MD13, siempre que cumplan con los requisitos, y/o en MD14 o MD15 según corresponda.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (MD1 a MD3), en una (1) o más categorías del Grupo B (MD4 a MD7), en una (1) o más categorías del Grupo C (MD8 a MD10), en una o más categorías de MD11 a MD13 y/o en MD14 o MD15, según corresponda, del Grupo D.

CATEGORÍAS (MD):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

MD1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

MD2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

MD3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

MD4 - 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 los resultados.

MD5 - 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.

MD6 - 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.

MD7 - 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.

Grupo C - TECNOLOGÍA

MD8 - Acciones con uso de datos

Los trabajos en esta categoría deben demostrar como la utilización, la interpretación y el análisis de los datos influyen significativamente en la estrategia de comunicación, logrando así potenciar la campaña, impulsarla y mejorar la experiencia del cliente favoreciendo su relación con la marca y generando resultados medibles.

MD9 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

MD10 - Juegos

Piezas o acciones impulsadas por el uso de juegos y/o plataformas de juegos para dirigirse de manera efectiva a una audiencia específica. Los trabajos deberán demostrar cómo el juego o la plataforma de juegos elegida impulsaron el compromiso y la afinidad con la marca dentro de la audiencia específica.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

MD11 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

MD12 - 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.

MD13 - 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.

MD14 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría MD15.

MD15 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría MD14.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (EM1 a EM3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (EM4 a EM8).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (EM9 y EM10).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más categorías de EM11 a EM13, siempre que cumplan con los requisitos, y/o en EM14 o EM15 según corresponda.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (EM1 a EM3), en una (1) o más categorías del Grupo B (EM4 a EM8), en una (1) o más categorías del Grupo C (EM9 y EM10), en una o más categorías de EM11 a EM13 y/o en EM14 o EM15, según corresponda, del Grupo D.

CATEGORÍAS (EM):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

EM1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

EM2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios

de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

EM3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

EM4 - 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.

EM5 - 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.

EM6 - Experiencias y activaciones en plataformas digitales

Acciones y eventos online realizados para una marca utilizando plataformas digitales para interactuar con los consumidores. Puede incluir sitios, aplicaciones, juegos, multipantallas, experiencias inmersivas, etc.

EM7 - Experiencias y activaciones en plataformas sociales & Influencers

Acciones creadas para una marca o producto utilizando las redes sociales. Puede incluir el uso de celebrities, influencers o gamers como medio de acción.

EM8 - Experiencias y activaciones en multiplataformas

Acciones que utilicen múltiples puntos de contacto para mejorar la experiencia de marca logrando desarrollar y amplificar la participación activa del consumidor. Esto puede incluir, el uso de plataformas sociales, digitales, tecnología móvil, instalaciones en espacios públicos o privados, avisos gráficos, afiches, comerciales, experiencias en punto de venta, etc. Deberá contar con el uso de dos o más medios o formatos.

Grupo C – TECNOLOGÍA

EM9 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

EM10 - Experiencias y activaciones impulsadas por juegos

Experiencias de marca que utilicen los juegos como centro de la acción como aquellas acciones en donde la integración estratégica y creativa de la marca esté incluida dentro de las plataformas de juegos existentes.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

EM11 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

EM12 - 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.

EM13 - Excelencia en la activación de marca

Acciones creadas para promocionar un producto o servicio que buscan captar la atención de los consumidores generando un contacto e interacción. 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.

EM14 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría EM15.

EM15 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría EM14.



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 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (PR1 a PR3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (PR4 a PR6).

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más categorías de PR7 a PR15, siempre que cumplan con los requisitos de cada una, y además, en PR16 o en PR17, según corresponda.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (PR1 a PR3), en una (1) o más categorías del Grupo B (PR4 a PR6), en una o más categorías de PR7 a PR15 y en PR16 o en PR17, según corresponda, del Grupo C.

CATEGORÍAS (PR):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

PR2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

PR3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

PR4 - 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.

PR5 - Influencers y co-creación de contenido

Trabajos 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.

PR6 - Eventos y patrocinios

Eventos en vivo y/o digitales (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. También se premiarán aquellos trabajos que hayan utilizados programas de patrocinio y/o asociación para cumplir objetivos específicos.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

PR7 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

PR8 - 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.

PR9 - Manejo de crisis y gestión de problemas *Categoría actualizada

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. Las piezas deberán demostrar evidencia de la planificación y/o implementación de una estrategia de comunicación de crisis y cómo se logró el resultado deseado.

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 - 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.

PR12 - Campañas de bajo presupuesto

Acciones y campañas creadas a partir de presupuestos y recursos reducidos que, para alcanzar el éxito, requieren una estrategia clara, ejecución creativa y profundo conocimiento del público objetivo. El enfoque en la creatividad, la conexión emocional y una inversión inteligente es clave para superar las limitaciones presupuestarias y generar resultados significativos y lograr conectar con la audiencia de manera auténtica y eficiente.

PR13 - PR Data & Insights *Nueva categoría

Premia la excelencia y el uso estratégico de datos e investigación como motor de la inspiración creativa en las relaciones públicas. Reconoce aquellos trabajos que demuestran calidad de pensamiento al transformar el análisis en conocimientos accionables (insights), aportando un valor significativo al desarrollo, solidez y éxito de la estrategia de comunicación.

PR14 - Excelencia en las RR.PP.

Se premiarán las campañas creativas que demuestren un impacto en el negocio, resultados medibles en términos de ventas, ingresos u otros indicadores clave de rendimiento relacionados con el negocio y la reputación de una marca. Se deberá presentar un informe con datos concretos que reflejen los resultados obtenidos, especificar las herramientas de medición y métodos de análisis utilizados. Se evaluarán tanto los resultados comerciales como la calidad y cantidad de medios generados.

PR15 - 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 (Eventos deportivos, catástrofes naturales, guerras, pandemias, etc) como también una cultura o una sociedad en particular (indígenas del Amazonas, refugiados, etc). Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría PR16.

PR16 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría PR16.

PR17 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría PR14 ni PR15.



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.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

IMPORTANTE:

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 centrará 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, etc.

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, instalaciones, eventos, mundos virtuales, publicaciones online, plataformas sociales, videos juegos, etc; pueden o no ser interactivos.

DG5 - Diseño para plataformas sociales

Se premiarán las ejecuciones de diseño que busquen mejorar la interacción en redes sociales. Esto implica que se valorará el impacto visual y la capacidad de un diseño para generar mayor participación por parte de los usuarios en plataformas de redes sociales. Podrán incluir Facebook, Instagram, X, Snapchat, TikTok, entre otras.

DG6 - 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.

DG7 - 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.

DG8 - 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.

DG9 - 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. Se valorará el diseño

del viaje/experiencia del cliente y su respuesta emocional y conductual.

DG10 - Diseño sostenible

Premiará los trabajos desarrollados con un enfoque en la sostenibilidad. Éstos deben integrar la gestión ambiental, las prácticas éticas y la responsabilidad social en su esencia, utilizando el diseño y la comunicación como herramientas clave para generar un impacto positivo. Se considerará el ciclo de vida completo de un producto o servicio, desde la selección de materiales hasta el fin de su vida útil, buscando minimizar el impacto ambiental y maximizar la eficiencia.

DG11 - Diseño inclusivo

Se centrará en las ejecuciones de una marca o una organización que se enfoquen en concientizar e impulsar un cambio sobre los distintos problemas actuales y lograr enfrentar las disparidades basadas en la inclusión social, género, discapacidad, origen étnico, religión u otro estatus dentro de una comunidad. Se premiarán las soluciones de diseño que busquen crear productos, servicios, entornos y sistemas que sean accesibles y utilizables por la mayor cantidad posible de personas, independientemente de sus habilidades, características o circunstancias individuales.



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 nuestro planeta.

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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

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 ST6).

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 (ST7 a ST11).

IMPORTANTE:

Las piezas inscriptas en este premio, podrán participar solo en uno de los dos (2) grupos. Las piezas que participan del Grupo A podrán hacerlo en una (1) sola categoría de la ST1 a ST4 y además, en una (1) de ST5 o ST6, según corresponda. Las inscripciones del Grupo B, podrán participar en una (1) sola categoría de la ST7 a ST9 y además, en una (1) de ST10 o ST11, según corresponda.

CATEGORÍAS (ST):

Grupo A - PROPÓSITO DE MARCA/RSE

ST1 - 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.

ST2 - Social y Salud

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. También participarán las campañas que promuevan la conciencia en la salud, la importancia de la higiene, pandemias y contagios, campañas antibacilo, concientización y conocimiento de las enfermedades, la donación de órganos, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar.

ST3 - 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.

ST4 - 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.

ST5 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría ST6.

ST6 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría ST5.

Grupo B - BIEN PÚBLICO

ST7 - 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.

ST8 - 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.

ST9 - 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.

ST10 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría ST11.

ST11 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría ST10.



EL OJO SPORTS (SR)

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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (SR1 a SR3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (SR4 a SR7).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre

que cumplan con los requisitos de cada una (SR8 y SR9).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (SR10 a SR15).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (SR1 a SR3), en una (1) o más categorías del Grupo B (SR4 a SR7), en una (1) o más categorías del Grupo C (SR8 y SR9), en una (1) o más categorías SR10 a SR13 y en SR14 o en SR15, según corresponda, del Grupo D.

CATEGORÍAS (SR):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

SR1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

SR2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

SR3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

SR4 - Medios audiovisuales

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

SR5 - 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.

SR6 - Acciones

Acciones promocionales e instalaciones creadas para ser desarrolladas o exhibidas en espacios públicos interiores, exteriores como experiencias virtuales, para comunicar una marca o un mensaje de la misma permitiendo una relación directa con su público objetivo.

SR7 - Eventos y sponsorship

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.

Grupo C - TECNOLOGÍA

SR8 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad

Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

SR9 - 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.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

SR10 - 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.

SR11 - 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.

SR12 - 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).

SR13 - Cultura Fan, Engagement & Experiencia *Nueva categoría

Participarán las ideas, acciones y ejecuciones creativas desarrolladas para conectar e interactuar de manera directa con los fanáticos del deporte, ya sea a un hinchista individual o una comunidad, con el objetivo de fortalecer el vínculo emocional entre la marca, equipo o evento y su audiencia. El foco estará en trabajos que, a través de experiencias, contenidos, activaciones o campañas, demuestren un impacto real en la fidelización de la audiencia, el sentido de pertenencia y el incremento en las taquillas o venta de entradas.

SR14 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría SR14.

SR15 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría SR12 ni SR13.



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 usuarios/

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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (CT1 a CT3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (CT4 a CT9).

Grupo C - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CT10 y CT11).

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CT12 a CT15).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (CT1 a CT3), en una (1) o más categorías del Grupo B (CT4 a CT9), en una (1) o más categorías del Grupo C (CT10 y CT11), en una o más categorías de CT12 a CT13 y/o en CT14 o CT15, según corresponda.

CATEGORÍAS (CT):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

CT1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

CT2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

CT3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

CT4 - Plataformas audiovisuales

Contenidos creados para una marca realizados para emitirse en TV, cine, programas de TV, plataformas de streaming y otros soportes audiovisuales. La duración permitida de los trabajos presentados es hasta 30 minutos.

CT5 - Plataformas de audio y sonido

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

CT6 - Contenidos impulsados por la música

Contenidos creados para una marca o artista, en donde el impacto, la aceptación y popularidad de las composiciones musicales, originales o adaptadas, lograron el éxito artístico de la pista en sí e impulsando una experiencia exitosa de marca.

CT7 - Plataformas digitales y sociales

Contenidos creados para plataformas digitales y sociales con el fin de crear y/o mejorar las relaciones con el usuario de la marca. Puede incluir: sitios, juegos online, experiencias inmersivas, coberturas de eventos en vivo, contenidos generados para plataformas de streaming, aplicaciones, blogs, wikis, sitios para compartir videos, etc.

CT8 - Influencers & Co-creación de contenido

Contenido o entretenimiento que cuenta con la colaboración de un influenciador, celebridades, líderes de opinión para amplificar el mensaje de una marca, 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.

CT9 - Eventos y acciones *Categoría actualizada

Eventos, acciones, entretenimientos en vivo, transmisiones en vivo, conciertos y festivales realizados físicamente, de forma online como en mundos virtuales, entre ellos video juegos, creados y desarrollados por una marca o una asociación de marcas con el fin de entretener y lograr potenciar el mensaje y/o la imagen de una marca.

Grupo C - TECNOLOGÍA

CT10 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Se premiarán trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

CT11 - 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.

Grupo D - CONTEXTO Y OBJETIVOS

CT12 - Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Campañas creadas y generadas para una marca, con el fin de elevar el perfil, construir la imagen y comunicar el propósito de la compañía, no basadas en productos sino dirigidas a 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.

CT13 - 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.

CT14 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CT15.

CT15 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CT14.



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. En definitiva, ideas que vayan más allá, que corran los límites.

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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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

IMPORTANTE:

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría (TO1 o TO2).

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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

IMPORTANTE:

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (IN1 a IN6).

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

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.

IN5 - Innovación sostenible

Premiará los trabajos desarrollados con un enfoque en la sostenibilidad. Éstos deben integrar la gestión ambiental, las prácticas éticas y la responsabilidad social en su esencia, utilizando la innovación como herramientas clave para generar un impacto positivo inmediato y/o a largo plazo en el medio ambiente.

IN6 - Innovación inclusiva

Se centrará en las ejecuciones innovadoras de una marca o una organización que se enfoquen en concientizar e impulsar un cambio sobre los distintos problemas actuales y lograr enfrentar las disparidades basadas en la inclusión social, género, discapacidad, origen étnico, religión u otro estatus dentro de una comunidad. Se premiarán las soluciones innovadoras que busquen crear productos, servicios, entornos y sistemas que sean accesibles y utilizables por la mayor cantidad posible de personas, independientemente de sus habilidades, características o circunstancias individuales.



EL OJO CREATIVE DATA (CD)

Este premio reconocerá las mejores ideas que hayan utilizado creativamente el uso de data/información. Se premiarán 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 2024 y el 12 de octubre de 2025.

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.

IMPORTANTE:

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (CD1 a CD6).

CATEGORÍAS (CD):

CD1 - Mejor visualización de datos

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 - Uso de datos en 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 - Creatividad y experiencia impulsada por datos

Se premiarán aquellos trabajos en donde la idea es alimentada, construida o mejorada gracias al uso de datos. 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 logrando así una mejora en la experiencia del cliente como el resultado.

CD4 - Investigación e integración de datos

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.

CD5 - Mejor uso de datos en redes sociales

Se premiarán aquellas ideas generadas a partir de la interpretación de los datos obtenidos a través de las redes sociales para dirigirse, involucrarse o desarrollar una relación con la audiencia o comunidad específica.

CD6 - Mejor tecnología en el uso de datos

Se premiarán las piezas que demuestren como mediante el uso e implementación de la tecnología de datos se logró mejorar creativamente una campaña y mejorar la relación con la audiencia. Puede incluir herramientas, plataformas, aplicaciones, algoritmos, etc.



EL OJO CREATIVE COMMERCE (CC)

Este premio celebra el enfoque innovador y creativo del comercio en línea y fuera de línea, las soluciones de pago y los viajes transaccionales.

Las inscripciones deberán demostrar cómo la innovación y la optimización en cualquier punto del viaje del cliente de extremo a extremo llevaron a una mayor participación del consumidor y al éxito comercial, desde la estrategia, el diseño, el contenido y hasta las experiencias de compra, etc.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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 Commerce de Iberoamérica.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - FORMATOS

En este grupo participan los trabajos según el formato utilizado. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CC1 a CC4).

Grupo B - TECNOLOGÍA

Participarán aquellos trabajos impulsados por el uso creativo de la tecnología, los datos, las tecnologías emergentes e inmersivas, etc. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CC5 y CC7).

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (CC8 a CC12).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) o más categorías del Grupo A (CC1 a CC4), en una (1) o más categorías del Grupo B (CC5 a CC7), en una o más categorías de CC8 a CC10 y/o en CC11 o CC12, según corresponda.

CATEGORÍAS (CC):

Grupo A - FORMATOS

CC1 - Comercio liderado por dispositivos móviles

Se premiarán aquellas acciones que hayan utilizado soluciones de comercio basadas en dispositivos móviles que hayan permitido optimizar el viaje del cliente, mejorar la experiencia, aumentar la participación del usuario y el éxito comercial. Puede incluir dispositivos portátiles, aplicaciones, billeteras y programas de recompensas.

CC2 - Comercio Social & Influencers

Se premiarán los trabajos que aprovechen el uso de plataformas sociales y/o Influencers para interactuar con los consumidores, aumentar el conocimiento de una marca y la demostración de productos e impulsar los resultados comerciales.

CC3 - Comercio de Entretenimiento

Se premiarán aquellos trabajos que integren el contenido comercial y el contenido de entretenimiento a través de asociaciones, colaboraciones o experiencias de marca, como también la elaboración de contenidos dinámicos que enriquezcan las experiencias de compra e impulsen el compromiso de compra del usuario. Puede incluir juegos, deportes, teatro, música, contenidos audiovisuales, experiencias virtuales e inmersivas, gaming, metaverso y todas las plataformas emergentes.

CC4 - Experiencia en punto de venta

Se premiarán las acciones o experiencias físicas creadas para ser implementadas en el punto de venta, enfocadas en captar clientes e impulsar resultados comerciales. Puede incluir, entre otros, exhibiciones en la tienda, tiendas emergentes, promociones, sampling, pruebas de producto, eventos, productos de edición limitada.

Grupo B - TECNOLOGÍA

CC5 - Plataformas Digitales y Soluciones de Pago *Categoría actualizada

Premiará la creación de sitios web, videojuegos, mundos virtuales y aplicaciones de comercio electrónico que optimicen la experiencia de usuario y la tasa de conversión para maximizar las ventas. Asimismo, reconoce el uso creativo de soluciones de pago destinadas a facilitar la transacción, abarcando billeteras móviles, automatización de recompensas, botones de pedido, software financiero y herramientas basadas en blockchain, criptomonedas o NFT.

CC6- Comercio conversacional y nuevas tecnologías *Categoría actualizada

Esta categoría celebrará la innovación en el recorrido de compra a través de la tecnología y la personalización en tiempo real. Reúne trabajos que utilizan herramientas conversacionales (chatbots, mensajería y asistentes de voz) y tecnologías emergentes inmersivas (RA, RV, Web3, blockchain, gamificación y mundos virtuales) para conectar con el consumidor de forma única, transformar la experiencia de compra y generar nuevas oportunidades de negocio.

CC7 - Comercio integrado & Experiencia de usuario *Categoría actualizada

Se premiarán aquellas ideas que diseñen experiencias de compra integradas, articulando de manera estratégica múltiples puntos de contacto —físicos y digitales— para crear recorridos del cliente fluidos, coherentes y centrados en la experiencia. Los casos deberán demostrar cómo la integración de canales, plataformas y herramientas a lo largo del recorrido —desde el inicio hasta la post compra— mejora la interacción con la marca, elimina fricciones y potencia tanto la participación como los resultados comerciales.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

CC8 - Estrategia y fidelización de marca

Se premiarán las estrategias o acciones innovadoras diseñadas en línea y fuera de línea para atraer y/o mantener una relación duradera con el cliente, alentar la actividad de los clientes y aumentar el éxito comercial y el compromiso del cliente.

CC9 - Comercio sostenible

Se premiarán los trabajos realizados con énfasis en la sostenibilidad creativa, acciones relacionadas al comercio sustentable y al cuidado de los recursos ambientales como la producción, el consumo responsable, embalajes sostenibles, envíos respetuosos con el medio ambiente, reducción de residuos; como también, aquellas acciones relacionadas al comercio inclusivo, equitativo y de bien público.

CC10 - Comercio inclusivo *Nueva categoría

Se premiarán los trabajos que hayan diseñado e implementado con éxito estrategias comerciales enfocadas en la inclusión y la accesibilidad para públicos diversos. Esta categoría reconoce a los proyectos que fomentan la equidad a través de la innovación en productos, tecnología o canales de distribución, impulsando la participación económica activa y promoviendo una base de consumidores más diversa y empoderada.

CC11 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CT12.

CC12 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría CC11.



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 para los clientes e impulsando un impacto comercial sostenible.

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 2024 y el 12 de octubre de 2026.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría correspondiente a productos y servicios (EF1 a EF3).

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría según el medio o formato utilizado, siempre y cuando cumplan con las características de las mismas (EF4 a EF9).

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

Los trabajos serán evaluados teniendo en cuenta las estrategias, los objetivos planteados y/o el contexto cultural o regional que le da sentido a la idea. Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más de una categoría siempre que cumplan con los requisitos de cada una (EF10 a EF19).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) sola categoría del Grupo A (EF1 a EF3), en una (1) o más categorías del Grupo B (EF4 a EF9), en una (1) o más categorías de EF10 a EF17 y/o en EF18 o EF19 del Grupo C, siempre y cuando corresponda.

CATEGORÍAS (EF):

Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

EF1 - Productos

Alimentos, golosinas, bebidas, artículos de cuidado personal y farmacéuticos, grandes y pequeños electrodomésticos, tecnología, artículos para el hogar, automóviles, movilidad urbana, accesorios y repuestos para vehículos, moda, juguetes, diarios, revistas, libros, programas de TV y de radio, series, documentales, bienes de consumo, etc.

EF2 - Servicios

Compañías de servicios públicos, privados y financieros, comercios al público, supermercados, tiendas online, medios de comunicación, portales, buscadores, redes y app sociales, entretenimientos, recreación, compañías de transporte y turismo, etc.

EF3 - Bien público y mensajes gubernamentales

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados, campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, de seguridad y obras públicas, de documentación, vialidad, educación, realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

Grupo B - MEDIOS/FORMATOS

EF4 - 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.

EF5 - Experiencias interactivas

Se premiarán aquellas ideas donde las marcas hayan creado una experiencia (acciones, eventos, productos y/o activaciones) para llegar a sus audiencias y establecer relaciones significativas, novedosas, experiencias memorables y lograr la participación e interacción del consumidor con la marca. Esa participación puede presentarse de diferentes maneras, inclusive digitalmente, lo importante es que logre desarrollarse una relación entre el usuario-consumidor y la marca.

EF6 - Branded content

Se premiarán aquellas ideas donde las marcas, a través de la creación de contenidos de marca, buscan conectar con sus audiencias generando 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; y el "contenido" sea el generador de esa relación.

EF7 - Influencers

Se premiarán aquellas ideas donde una marca busca, mediante el uso creativo e innovador de creadores de contenido y/o personas influyentes, conectar e interactuar con una audiencia específica para impulsar el mensaje de su marca. Puede incluir, entre otros, colaboraciones, contenido patrocinado, periodistas, bloggers, celebridades, personas influyentes de las plataformas sociales, embajadores de marca, etc

EF8 - Gestión de comunidades en redes sociales

Esta categoría premiará las acciones que realiza una marca u organización para gestionar a su comunidad logrando que esté comprometida con sus objetivos y su negocio. En decir que buscará reconocer a las empresas que hayan logrado construir y mantener su comunidad online a través de estrategias clave que incluyan, por ejemplo, publicar contenido atractivo, responder comentarios y mensajes, fomentar debate, aprovechar el contenido generado por los usuarios, etc. Es decir, se premiarán a las marcas que hayan logrado interacciones significativas y sentido de pertenencia donde los usuarios se sientan identificados y motivados a participar activamente, generando valor para la marca y fortaleciendo su presencia. Deberá demostrarse cómo la comunidad fue importante para el desarrollo de la marca o el negocio.

EF9 - Nuevas realidades y tecnologías emergentes

Esta categoría busca reconocer los trabajos que aprovechan creativamente las últimas innovaciones tecnológicas para potenciar experiencias de marca poniendo el foco en reconocer ideas que, aprovechando tecnologías emergentes, logren nuevas formas de involucrar a los consumidores con la marca de manera enriquecedora y logren impulsar los resultados para los objetivos planteados. Se podrían incluir, entre otros, Realidad Aumentada (AR), Realidad Virtual (VR), Inteligencia Artificial (IA), Inteligencia Artificial Generativa, (IAG), Realidad Extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaverso y todas las demás plataformas emergentes.

Grupo C - CONTEXTO Y OBJETIVOS

EF10 - 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.

EF11 - Éxito sostenido

Campañas de productos o servicios que hayan mantenido su éxito sostenido durante un periodo de 3 o más años. Las campañas que participen en esta categoría deberán demostrar un objetivo común en todas las ejecuciones creativas y estratégicas. Las piezas inscriptas en esta categoría deberán presentar resultados y demostrar su efectividad en un

período de 3 años comprendido entre 1º de enero de 2022 y el 13 de octubre de 2024.

EF12- Real time marketing

Acciones de marketing y/o mensajes atractivos realizados por una marca, sin una planificación anticipada, que se busca reaccionar rápidamente y de manera relevante ante un evento/o noticia que sucede en ese preciso instante de manera inesperada. Los resultados se generan a partir de una respuesta en tiempo real que alcanzan relevancia en las redes sociales y el mundo online en relación a dicho evento, logrando resultados medibles.

EF13 - 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.

EF14 - 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).

EF15 - 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.

EF16 - 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.

EF17 - 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.

EF18 - Marca local

Premiará los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido emitidos en una única localidad, región o país, respetando el lugar de origen de esa marca/organización. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría EF19.

EF19 - Mercado específico

Reconocerá los trabajos creados por una marca u organización de Bien Público que hayan sido creados para un grupo específico de personas, teniendo en cuenta sus costumbres, valores y estilos de vida, como también los trabajos que hayan sido creados en respuesta a problemáticas e intereses en común, logrando llegar al público/ mercado objetivo específico. Si participa de esta categoría, no podrá participar de la categoría EF18.



EL OJO TRANSFORMACIÓN CREATIVA DEL NEGOCIO (TC)

El Ojo Transformación Creativa del Negocio premiará el aporte creativo de agencias y consultoras para la transformación de una empresa, un negocio o una marca, tanto a nivel de su organización, entorno y procesos de trabajo, de sus productos y/o marcas, como en relación a sus clientes, sus empleados o sus accionistas, celebrando a la creatividad puesta al servicio del negocio, que promueve un crecimiento y resultados para la empresa y sus equipos de trabajo en una evolución transformadora.

Los trabajos deberán demostrar cómo se ha logrado un cambio o una transformación en la empresa, sus procesos, su organización, sus productos o su relacionamiento con sus públicos, y cómo este cambio ha generado un impacto positivo y un crecimiento para las empresas, el personal o los clientes. Esto podría incluir, entre otros, la creación de nuevos productos y servicios, el uso de tecnología y diseño empresarial y la reinención de las operaciones y experiencias de los clientes para generar un cambio transformador.

Las piezas inscriptas deben haber sido llevadas a cabo por primera vez entre el período comprendido entre el 1º de enero de 2024 y el 12 de octubre de 2026.

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

IMPORTANTE:

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría (TC1 o TC2).

CATEGORÍAS (TC):

TC1 - Transformación de Productos & Servicios

Se reconocerá la innovación, el diseño, la creación y/o el desarrollo de productos o servicios, nuevos o reinventados, lanzados por una marca ya existente planteados para satisfacer las nuevas necesidades de los clientes, o adaptarse a cambios normativos, logrando mejorar los resultados y el rendimiento empresarial.

TC2 - Transformación del Negocio

Se premiarán a las ideas que aporten a la transformación de una empresa u organización, que promueva soluciones en el negocio, la rentabilidad para la empresa y sus accionistas, el relacionamiento con sus clientes y un mejor servicio brindado. Abarcan la transformación operativa, con ideas que transformen las operaciones comerciales de los clientes; las ideas y experiencias que han proporcionado nuevas vivencias para sus consumidores; iniciativas que busquen potenciar las relaciones con la comunidad mediante la creación y/o transformación de los puntos de contacto (físicos como digitales); una nueva tecnología que haya sido utilizada para transformar una función comercial, generando nuevos negocios; entre otras ideas que hayan promovido cambios estructurales, un nuevo posicionamiento y que impulsen un cambio transformador.



EL OJO SALUD & PHARMA (SP)

Las categorías de Salud & Bienestar celebran la creatividad para el bienestar personal y comunitario, deberán demostrar un enfoque inspirado para la prevención y la atención médica y/o social del ciudadano; trabajos que promuevan productos y servicios de venta libre, educar públicamente para permitir el autodiagnóstico o facilitar el cuidado personal y social proactivo.

Los trabajos creativos inscriptos en Pharma deben estar dirigidos a profesionales y grupos de pacientes específicos en relación con el manejo de una enfermedad o condición médica diagnosticada y tratada por un profesional de la salud. El trabajo debe crearse específicamente para dar forma a la comprensión de las condiciones médicas, impulsar su tratamiento y/o abogar por el desarrollo o la provisión de esos tratamientos como también aquellos que tengan el fin de concientizar.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1º de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

Por cada categoría se entregarán los siguientes premios: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros se entregará el Gran Ojo Salud & Pharma de Iberoamérica.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - SALUD & BIENESTAR

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) o más categorías, siempre y cuando corresponda (SP1 a SP9).

Grupo B - PHARMA

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) categoría o más categoría según corresponda (SP10 y SP14).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar en una (1) o más categorías del Grupo A (SP1 a SP9) o en una (1) o más categorías del Grupo B (SP10 a SP14), siempre y cuando corresponda. Las piezas participantes solo podrán hacerlo en las categorías de uno de los Grupos, A o B.

CATEGORÍAS (SP):

Grupo A - SALUD & BIENESTAR

SP1 - Medicamentos de venta libre

Piezas o acciones creadas para medicamentos de venta libre que no requieran receta médica y promuevan la salud y el bienestar dirigidas al público en general. Entre ellos comprimidos y tabletas de venta libre, salud digestiva, cremas para afecciones dermatológicas, gotas para los ojos, gotas para los oídos, productos nutraceuticos, vitaminas, minerales, probióticos, remedios hercales, suplementos, antioxidantes, bebidas efervescentes vitamínicas, etc.

SP2 - Productos para el cuidado personal, la salud y el bienestar *Categoría actualizada

Piezas o acciones creadas para productos que promuevan la salud, la higiene y el bienestar de una persona, así como también productos de cuidado personal que se encuentran disponibles en una farmacia y no requieran receta médica. Entre ellos artículos de botiquín de primeros auxilios, tiritas adhesivas, repelentes de insectos, protectores solares, cremas, cremas térmicas, tratamientos para las uñas, tratamientos para los pies, desinfectante para manos, pasta de dientes, enjuague bucal, shampoo y cremas de enjuague, tratamientos capilares, productos para pérdida del cabello, productos para la incontinencia, toallas femeninas, condones, lentes de contacto, pruebas de embarazo, kits/productos para pruebas de fertilidad, COVID, termómetros, etc. Además, participarán las piezas o acciones creadas para promocionar la utilización de productos nutraceuticos que promuevan la salud y el bienestar dirigidas al público en general. Entre ellos vitaminas, minerales, remedios herbales, suplementos, alimentos funcionales, micronutrientes, omega3, antioxidantes, probióticos, bebidas efervescentes vitamínicas, etc.

SP3 - Uso de la tecnología y soluciones tecnológicas

Se premiarán aquellos trabajos que involucren soluciones tecnológicas e innovadoras como productos, dispositivos portátiles, software y/o aplicaciones dirigidos a mejorar la calidad de vida y faciliten un estilo de vida más saludable como ejercicio físico, dieta, controles de la presión arterial, estrés, etc.

SP4 - Campañas de concientización de marcas no relacionadas a la Salud

Campañas o acciones creadas por marcas no relacionadas directamente a la industria de la salud y el bienestar general pero que han tomado la iniciativa de promover en su comunicación la educación, concientización y defensa de la salud. Podrán participar campañas relacionadas a la prevención de enfermedades, autoexamen, campañas antitabaco, antidrogas, cuidado de la higiene personal, donación de órganos, abuso del alcohol, salud sexual, cuidados cardiovasculares, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar general.

SP5 - Campañas de concientización de marcas de la industria de la Salud

Campaña o acciones creadas por una marca relacionada con la industria de la salud, que promuevan la concientización y la defensa de la salud. Podrán participar campañas relacionadas a la prevención de enfermedades, autoexamen, campañas antitabaco, antidrogas, cuidado de la higiene personal, donación de órganos, abuso del alcohol, salud sexual, cuidados cardiovasculares, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar general.

SP6 - Educación y concientización de marcas de Bien Público

Trabajos o acciones creados por organizaciones sin fines de lucro, fundaciones u organizaciones públicas, que promuevan la concientización y la defensa de la salud. Podrán participar campañas relacionadas a la prevención de enfermedades, autoexamen, campañas antitabaco, antidrogas, cuidado de la higiene personal, donación de órganos, abuso del alcohol, salud sexual, cuidados cardiovasculares, mejorar la nutrición y campañas que promuevan el ejercicio y el bienestar general.

SP7 - Campañas y acciones de instituciones de Salud

Campañas o acciones creadas para promover servicios y sistemas de salud, servicios de emergencia privada, seguros médicos, planes de salud; como también instalaciones médicas, consultorios, clínicas, sanatorios, hospitales, geriátricos, consultorios online, etc.

SP8 - Campañas y acciones de servicios relacionadas al Bienestar

Campañas o acciones creadas por instituciones, comercios, espacios y/o servicios relacionados al bienestar general de las personas. Incluye gimnasios, yoga, tiendas nutricionales, farmacias, terapias alternativas, libros de autoayuda, etc.

SP9 - Productos para la salud y bienestar animal

Campañas o acciones creadas para comunicar productos de salud y bienestar animal. Incluye alimentos, productos de higiene, medicamentos, vacunas, productos preventivos, elementos de juego, etc.

Grupo B - PHARMA

SP10 - Campañas de productos y servicios dirigido al paciente

Piezas o acciones creadas para impulsar la elección de un producto, servicio o terapia para el manejo de una enfermedad o afección médica diagnosticada y tratada por un profesional de la salud.

SP11 - Campañas de productos y servicios dirigido al profesional

Piezas o acciones creadas para lanzar o promocionar un producto, servicio o terapia de prescripción médica, dirigida a profesionales de la salud.

SP12 - Uso de la tecnología y soluciones tecnológicas

Se premiarán aquellos trabajos que involucren soluciones tecnológicas e innovadoras desarrolladas para pacientes y/o profesionales sanitarios enfocados en el tratamiento, el diagnóstico y la recopilación de datos de los pacientes.

SP13 - Campañas y acciones de concientización sobre enfermedades

Campañas o acciones creadas para promover la concientización y la comprensión de una enfermedad o condición médica dirigidas a pacientes o profesionales sanitarios.

SP14 - Campañas sobre instituciones y servicios para salud animal

Campañas o acciones creadas para promover servicios y sistemas de salud, servicios de emergencia privada, seguros médicos, planes de salud; como también instalaciones veterinarias consultorios, clínicas, comercios, espacios y/o servicios relacionados al bienestar general de las mascotas, guarderías, escuelas de adiestramiento, terapias alternativas, etc.



EL OJO IDEAS LATINAS 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.

Las piezas inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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, Realizadores/as y Red de Iberoamérica (siempre y cuando la agencia sea de Iberoamérica).

GRUPOS & CATEGORÍAS:

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/ productoras/ 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, (CCO, VP Creativo/a, Director/a General Creativo/a, Director/a Creativo/a, Director/a de Arte o Redactor/a), la productora y/o Realizador/a y así también un latino del lado del anunciante (CMO, Brand Manager, Director de Marca, Director de Publicidad, Director de Comunicación); sin importar en que mercado hayan sido publicadas, ya sea a nivel local, regional o global en cualquier país del mundo.

Además, para fomentar y apoyar a los latinos que trabajan fuera de la región, las inscripciones en esta categoría tendrán un descuento especial sobre la tarifa vigente al momento de la inscripción.

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar solo en una (1) sola categoría.

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 - CRAFT (PA)

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.

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 inscriptas deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

En cambio, para las inscripciones en las categorías Nuevos/as Realizadores/as la fecha de publicación, emisión y/o realización es desde el 1° de enero de 2024 hasta el 12 de octubre de 2026, o podrán no haberse publicado.

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.

GRUPOS & CATEGORÍAS:

Grupo A - COMERCIALES

En este grupo participan los comerciales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/ servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG (a excepción de la categoría Nuevos/as Realizadores/as).

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales y/o como parte de una campaña en una (1) o más categorías (PA1 a PA8).

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 - OTROS FORMATOS

En este grupo participan trabajos audiovisuales (cortos, trailers, documentales, videos institucionales, videoclips, video artes, fashion films, series, series verticales, etc.) emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/ servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales creados para una marca u ONG (a excepción de la categoría Nuevos/as Realizadores/as).

Los trabajos podrán ser inscriptas en una (1) o más categorías (PA9 a PA15).

Duración máxima de las piezas: hasta 90 minutos (*).

Grupo C - POSTPRODUCCIÓN

En este grupo podrán participar comerciales y los diferentes trabajos audiovisuales emitidos en televisión, cine, video on demand, plataformas/ servicios de streaming, plataformas digitales y/o plataformas sociales

creados para una marca u ONG. Pueden inscribirse tanto comerciales como cortos, trailers, documentales, videos institucionales, videoclips, video artes, fashion films, series, series verticales, video cases, etc.

Los trabajos podrán ser inscriptos como piezas individuales o como parte de una campaña en una (1) o más de una (1) categoría (PA16 a PA20).

Duración máxima de cada una de las piezas:

Para los comerciales, la duración es de hasta 180 segundos (*).

Para los contenidos, la duración es de hasta 90 minutos (*).

IMPORTANTE:

Los trabajos inscriptos en este premio podrán participar, si son comerciales, en una (1) sola categoría del Grupo A (PA1 a PA8) y, además, en una (1) o más categorías del Grupo C (PA16 a PA20), siempre y cuando corresponda. En el caso de los contenidos, podrán participar en una (1) o más categorías del Grupo B (PA9 a PA15) y, además, en una (1) o más categorías del Grupo C (PA16 a PA20), siempre y cuando corresponda.

(*) Para todos los casos en donde el archivo audiovisual supere los sesenta (60) segundos, deberá enviar una versión reducida que no supere ese tiempo (60 segundos) para ser proyectada durante la ceremonia de premiación en el caso de que la pieza resulte premiada. De no enviarla, el festival realizará la edición correspondiente, a su criterio. Ambas versiones debe enviarlas en formato mp4 y deberá subirlas en el link disponible en el sitio de inscripción. La versión reducida no será utilizada para el período de juzgamiento.

Además, para los contenidos que superen los cinco (5) minutos, deberá enviar una versión en formato .mp4 que no supere los cinco (5) minutos y sumar en el campo de la url el video completo que podrá ser de hasta noventa (90) minutos.

CATEGORÍAS (PA):

Grupo A - COMERCIALES

PA1 - Fotografía

Se valorará el dominio técnico y creativo en el uso de la luz, el encuadre, la composición y los recursos visuales para generar imágenes de alto valor expresivo que contribuya de manera decisiva a la identidad y la narrativa de una obra.

PA2 - Dirección de Arte

Se reconocerá la capacidad para desarrollar una identidad estética original y coherente, donde cada decisión artística contribuya a enriquecer el relato, generar atmósfera y potenciar el impacto de la ejecución.

PA3 - Dirección

Reconocerá la excelencia en la dirección de una realización audiovisual y su aporte en la construcción de una propuesta creativa sobresaliente. Se valorará la capacidad de transformar una idea en una ejecución con identidad propia, integrando narrativa, puesta en escena, interpretación y lenguaje visual de manera coherente y efectiva.

PA4 - Nuevos/as Realizadores/as (hasta máximo 3 años de experiencia profesional)

Los trabajos que participen en esta categoría podrán haber sido creados para una marca o no, sin importar si fueron o no publicados y/o emitidos en algún medio o soporte. En caso de que sea para una marca, deberán contar con la aprobación del cliente.

PA5 - Producción Integral

Reconocerá la excelencia y la capacidad para transformar una propuesta creativa en una realización exitosa. Se valorará la gestión integral del proyecto, la optimización de recursos, la resolución de desafíos y la capacidad de llevar adelante un proceso de producción sólido y eficiente.

PA6 - Bajo Presupuesto (Hasta USD 50.000)

Se evaluará la capacidad para encontrar soluciones inteligentes, maximizar las posibilidades disponibles y lograr una ejecución que sobresalga por su creatividad, impacto, calidad y producción de proyectos realizados con recursos acotados.

PA7 - Dirección de actores

Premiará la capacidad para guiar y potenciar las interpretaciones que dan vida a una pieza. Se reconocerá el criterio en la elección del talento y la sensibilidad para trabajar con actores, actrices y protagonistas, logrando actuaciones auténticas y alineadas con la intención creativa del relato.

PA8 - Guion

Reconocerá la excelencia narrativa de un guion y su aporte en la construcción de una realización. Se valorará la solidez de la historia, la estructura, los diálogos y el desarrollo de las escenas como elementos fundamentales para potenciar la idea creativa y generar una ejecución efectiva y memorable.

Grupo B - OTROS FORMATOS

PA9 - Fotografía y Dirección de Arte

Reconocerá la construcción conjunta de una propuesta visual entre la fotografía y la dirección de arte. Se evaluará la armonía entre los recursos estéticos y narrativos, la coherencia de la identidad visual y la capacidad de ambas disciplinas para potenciar el concepto creativo y generar una experiencia memorable.

PA10 - Dirección

Reconocerá la excelencia en la dirección de una realización audiovisual y su aporte en la construcción de una propuesta creativa sobresaliente. Se valorará la capacidad de transformar una idea en una ejecución con identidad propia, integrando narrativa, puesta en escena, interpretación y lenguaje visual de manera coherente y efectiva.

PA11 - Nuevos/as Realizadores/as (hasta máximo 3 años de experiencia profesional)

Los trabajos que participen en esta categoría podrán haber sido creados para una marca o no, sin importar si fueron o no publicados y/o emitidos en algún medio o soporte. En caso de que sea para una marca, deberán contar con la aprobación del cliente.

PA12 - Producción integral

Reconocerá la excelencia y la capacidad para transformar una propuesta creativa en una realización exitosa. Se valorará la gestión integral del proyecto, la optimización de recursos, la resolución de desafíos y la capacidad de llevar adelante un proceso de producción sólido y eficiente.

PA13 - Bajo Presupuesto (Hasta USD 50.000)

Se evaluará la capacidad para encontrar soluciones inteligentes, maximizar las posibilidades disponibles y lograr una ejecución que sobresalga por su creatividad, impacto, calidad y producción de proyectos realizados con recursos acotados.

PA14 - Dirección de actores

Premiará la capacidad para guiar y potenciar las interpretaciones que dan vida a una pieza. Se reconocerá el criterio en la elección del talento y la sensibilidad para trabajar con actores, actrices y protagonistas, logrando actuaciones auténticas y alineadas con la intención creativa del relato.

PA15 - Guion

Reconocerá la excelencia narrativa de un guion y su aporte en la construcción de una realización. Se valorará la solidez de la historia, la estructura, los diálogos y el desarrollo de las escenas como elementos fundamentales para potenciar la idea creativa y generar una ejecución efectiva y memorable.

Grupo C - POSTPRODUCCIÓN

PA16 - Animación

Premiará la excelencia en el uso de la animación como herramienta creativa y narrativa. Se valorará la originalidad de la propuesta visual, el dominio de la técnica y la capacidad de generar impacto a través de distintos estilos de animación, incluyendo 2D, 3D, stop motion, animación tradicional y otras formas de creación animada.

PA17 - Efectos visuales

Se reconocerá la creación de efectos visuales que transformen y potencien una realización. Se evaluará la calidad estética y técnica de los recursos generados, su integración con la imagen y la capacidad para enriquecer la narrativa y la experiencia visual.

PA18 - Corrección de color

Reconocerá la creación de una identidad visual a través del tratamiento del color. Se valorará la capacidad de desarrollar una propuesta cromática consistente, equilibrada y expresiva, que acompañe la narrativa, potencie la estética general y contribuya al impacto del resultado final.

PA19 - Edición

Premiará la capacidad de la edición para transformar el material original en una experiencia narrativa coherente y efectiva. Se evaluará la construcción del ritmo, la potencia de los momentos clave y el uso del montaje como herramienta creativa al servicio de la idea.

PA20 - Uso de IA *Nueva categoría

Celebramos el trabajo creativo que aprovecha la IA para mejorar las disciplinas cinematográficas tradicionales. Esto incluye, entre otras, cinematografía, edición, diseño de sonido, efectos visuales y corrección de color, superando las limitaciones creativas convencionales para lograr resultados que serían inalcanzables mediante métodos tradicionales. El trabajo se evaluará según cómo la IA ha elevado y transformado estas áreas clave del cine para crear soluciones cinematográficas superiores.



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.

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 deben haber sido publicadas y/o emitidas por primera vez entre el 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

IMPORTANTE:

Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales o como parte de una campaña en una (1) o más categorías (PS1 a PS5), siempre y cuando corresponda.

CATEGORÍAS (PS):

PS1 - Uso de música original

Se reconocerá a la creación de la mejor composición musical original, entendiendo que se considera música original a una composición completamente nueva compuesta por su creador para ser usada para una producción determinada. Se valorará tanto la excelencia y calidad musical de la pista por sí sola, como su capacidad para enriquecer y potenciar la idea original.

PS2 - Música de licencia/adaptada *Categoría actualizada

Se reconocerá la elección de una música de licencia o adaptada, considerando que es “de licencia” cuando se utiliza una

melodía o canción que ya fue creada; y “adaptada”, cuando se modifica una ya existente para una producción. Se evaluará la capacidad de la pieza musical para integrarse con la narrativa, generar el clima emocional requerido y alinearse con las pautas del proyecto.

PS3 - Diseño y efectos de sonido

Se premiarán las piezas en donde el diseño y los efectos de sonido sean parte significativa de la idea y logren transformarla.

PS4 - Branding sonoro

Denominado también como Audio logo o Sound Branding. Se premiará el uso estratégico y consistente del sonido para construir una imagen sensorial de marca y aumentar su valor, logrando ser el símbolo de ella.

PS5 - Guion

Se reconocerán los trabajos en donde la capacidad del guion para transformar creativamente una idea o mensaje de marca en un contexto de audio que mejora la experiencia del oyente (no se permitirán guiones cinematográficos).



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 1° de enero de 2025 y el 12 de octubre de 2026.

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.

IMPORTANTE:

Las piezas podrán ser inscriptas como piezas individuales o como parte de una campaña en una (1) o más de una (1) categoría (PG1 a PG4).

CATEGORÍAS (PG):

PG1 - Mejor Copy

Se premiarán aquellas piezas en donde la idea creativa cobra vida a través de la redacción.

PG2 - Mejor Dirección de Arte

Se premiará el diseño general y la ejecución visual de las piezas participantes que logren mejorar la narrativa.

PG3 - Mejor Fotografía original

Se premiarán aquellos trabajos donde las imágenes hayan sido logradas mediante técnicas fotográficas resaltando la composición, el manejo de colores y la innovación.

PG4 - Mejor Ilustración

Se premiarán aquellas piezas donde el arte ilustrado, el estilo visual y la técnica gráfica logren potenciar, simplificar y/o

transformar una idea en una narrativa de alto impacto.

PA5 - Mejor uso de IA *Nueva categoría

Celebramos el trabajo creativo que aprovecha la IA para mejorar disciplinas artesanales tradicionales como la tipografía, la dirección de arte, la redacción publicitaria y la fotografía, superando las limitaciones creativas convencionales para lograr resultados que serían inalcanzables solo con métodos tradicionales. El trabajo se evaluará según cómo la IA ha elevado y transformado estas áreas artesanales clave para crear soluciones creativas superiores.



PREMIO ESPECIAL EL OJO +MUJERES (MC)

Este premio fue creado en el 2019 con el objetivo de dejar de existir lo antes posible. Su objetivo es contribuir a lograr que haya equidad en los puestos de liderazgo a nivel creativo y de realización audiovisual en la

industria publicitaria latina. Se ha avanzado mucho, pero aún queda mucho por avanzar.

Este premio busca seguir incentivando y reconociendo a todas aquellas ideas y trabajos donde -como mínimo- una mujer haya participado en un lugar relevante y de liderazgo en el área de creación y realización. Con este premio, el festival tiene como objetivo amplificar, dar más visibilidad y promover el incremento de la presencia de mujeres en el liderazgo en la creación de ideas de comunicación, en los equipos creativos, en la dirección de comerciales, estimulando la diversidad y la representatividad en éstas áreas, contribuyendo con 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 2026 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, en el campo "Info adicional", la/s profesional/es creativa/s o realizadora/s participante/s.

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 POR 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, Productora de Audio & Sonido, 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, los directores/as creativos/as, los realizadores/as 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, las productoras de audio y sonido, los directores/as creativos/as, los realizadores/as y/o anunciantes en los siguientes premios: Film, Contenido (solo categorías CT4 a CT6), Producción Audiovisual, Producción de Audio & Sonido y El Ojo +Mujeres Realizadoras, siempre y cuando dichas empresas estén incluidas en las fichas técnicas en el campo **“Productora principal”** del sitio de inscripción online.

En el caso de las **Productoras de Audio & Sonido**, 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, las productoras, los directores/as creativos/as, los realizadores/as y/o anunciantes en los siguientes premios: Radio & Audio, Contenido (solo categorías CT4 a CT6), Producción de Audio & Sonido, siempre y cuando dichas empresas estén incluidas en las fichas técnicas en el campo **“Productora de Audio & Sonido”** 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, por los realizadores/as y/o 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 o lideraba creativamente la agencia (CCO, VP Creativo, DCE, DGC, etc) y no los creativos que idearon la pieza que se está inscribiendo en ese momento.

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, los directores/as creativos/as, y/o por el anunciante en los siguientes premios: Film, Contenido (solo categorías CT4 a CT6), Producción Audiovisual, Producción de Audio & Sonido y El Ojo +Mujeres Realizadoras, siempre y cuando estén incluidos/as en las fichas técnicas en el campo **“Realizador/a”** del sitio de inscripción online.

En el caso de los **Anunciantes** podrán sumar puntos por las piezas inscriptas por ellos mismos, por la agencia,

la productora, los directores/as creativos/as y/o los realizadores/as, siempre y cuando estén incluidos en las fichas técnicas en el campo **“Anunciante”** del sitio de inscripción online.

ASIGNACIÓN DE PUNTOS

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en los campos de “Agencia principal”, “Productora principal” y/o “Productora de Audio & Sonido”, cada empresa participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos 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 y sumará el 100% la otra empresa.

Si la empresa inscriptora, ya sea una agencia o una productora, no quisiera dividir sus puntos, deberá completar en el momento de la inscripción cuál es la agencia o la productora principal y la otra/s completarla/s en el campo **“Agencia secundaria”** o **“Productora secundaria”**, para que estén presentes en la ficha técnica pero no sumen puntos y los puntos no se dividan entre las empresas.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una persona en el campo de **“Referente creativo”** (no corresponde para las personas de una misma empresa que trabajan en formato de dupla, tripa, etc), cada persona participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando ellos mismos o sus agencias hayan inscripto y estén participando del Festival.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una persona en el campo de **“Realizador/a”** (no corresponde para las personas de una misma empresa que trabajan en formato de dupla, tripa, etc), los puntos se dividirán entre las personas que aparezcan en ese campo y cada participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando ellos mismos o sus productoras hayan inscripto y estén participando del Festival.

Si la persona/empresa inscriptora no quisiera dividir los puntos de entre los/as realizadores/as, deberá indicar, en el momento de la inscripción, los datos de su Productora en el campo de “Productora principal” y los datos de la productora del otro/a realizador/a en el campo de “Productora secundaria” o “Productora secundaria”. De esta forma, los puntos de Mejor Realizador/a se sumarán solamente al realizador/a de la productora que ha inscripto esta pieza.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en el campo “Anunciante”, cada empresa participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista), siempre y cuando ellos mismos o sus agencias y/o productoras hayan inscripto y estén participando del Festival.

Si la empresa inscriptora, ya sea un anunciante, una agencia o una productora, no quisiera dividir sus puntos, deberá completar en el momento de la inscripción cuál es el **“Anunciante principal”** y al otro/s completarlo/s en el campo **“Anunciante secundario”**, para que estén presentes en la ficha técnica pero no sumen puntos y los puntos no se dividan entre las empresas.

Por cada categoría se seleccionarán al Gran Ojo al Desempeño de Iberoamérica y se nombrarán 1º y 2º Finalista.

IMPORTANTE:

Cada empresa o persona participante será responsable de realizar correctamente sus inscripciones y de completar de forma adecuada cada uno de indicados en el sistema de inscripción. Es en base a esa información que se realizarán los rankings y se definen los ganadores de Desempeño.

Una vez que la empresa/persona inscriptora haya finalizado esa inscripción, no podrá modificarse y se usará ese criterio definido para la asignación de puntos.



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/regiones: Argentina, Bolivia, Brasil, Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Trinidad y Tobago y Venezuela), Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico y Uruguay.

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.

IMPORTANTE:

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.

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/región a los mejores en las siguientes categorías: Agencia, Agencia Independiente, Director/a Creativo/a, Productora, Realizador/a y Anunciante, en base al material inscripto en el Festival 2026.

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 ganadoras 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 un máximo de puntos equivalentes al 50% del total de puntos obtenidos por el país donde se está compitiendo, de las piezas que haya acumulado puntos en otros países.

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, los directores/as creativos/as, los realizadores/as 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, los directores/as creativos/as, los realizadores/as y/o anunciantes en los siguientes premios: Film, Contenido (solo categorías CT4 a CT6), Producción Audiovisual, Producción de Audio & Sonido y El Ojo +Mujeres Realizadoras, siempre y cuando dichas empresas estén incluidas en las fichas técnicas en el campo **“Productora principal”** 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, por los realizadores/as y/o 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 o lideraba creativamente la agencia (CCO, VP Creativo, DCE, DGC, etc) y no los creativos que idearon la pieza que se está inscribiendo en ese momento.

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, los directores/as creativos/as, y/o por el anunciante en los siguientes premios: Film, Contenido (solo categorías CT4 a CT6), Producción Audiovisual, Producción de Audio & Sonido y El Ojo +Mujeres Realizadoras, siempre y cuando estén incluidos/as en las fichas técnicas en el campo **“Realizador/a”** del sitio de inscripción online

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

ASIGNACIÓN DE PUNTOS

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en los campos de “Agencia principal” y/o “Productora principal”, cada empresa participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos 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 y sumará el 100% la otra empresa.

Si la empresa inscriptora, ya sea una agencia o una productora, no quisiera dividir sus puntos, deberá completar en el momento de la inscripción cuál es la agencia o la productora principal y la otra/s completarla/s en el campo **“Agencia secundaria”** o **“Productora secundaria”**, para que estén presentes en la ficha técnica pero no sumen puntos y los puntos no se dividan entre las empresas.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una persona en el campo de **“Referente creativo”** (no corresponde para las personas de una misma empresa que trabajan en formato de dupla, tripa, etc), cada persona participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando ellos mismos o sus agencias hayan inscripto y estén participando del Festival.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una persona en el campo de **“Realizador/a”** (no corresponde para las personas de una misma empresa que trabajan en formato de dupla, tripa, etc), los puntos se dividirán entre las personas que aparezcan en ese campo y cada participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista) siempre y cuando ellos mismos o sus productoras hayan inscripto y estén participando del Festival.

Si la persona/empresa inscriptora no quisiera dividir los puntos de entre los/as realizadores/as, deberá indicar, en el momento de la inscripción, los datos de su Productora en el campo de “Productora principal” y los datos de la productora del otro/a realizador/a en el campo de “Productora secundaria” o “Productora

secundaria”. De esta forma, los puntos de Mejor Realizador/a se sumarán solamente al realizador/a de la productora que ha inscripto esta pieza.

En los casos donde una pieza sea premiada y presente en la ficha técnica más de una empresa en el campo “Anunciante”, cada empresa participante recibirá el porcentaje correspondiente del total de los puntos obtenidos al premio asignado (metales o finalista), siempre y cuando ellos mismos o sus agencias y/o productoras hayan inscripto y estén participando del Festival.

Si la empresa inscriptora, ya sea un anunciante, una agencia o una productora, no quisiera dividir sus puntos, deberá completar en el momento de la inscripción cuál es el "Anunciante principal" y al otro/s completarlo/s en el campo “Anunciante secundario”, para que estén presentes en la ficha técnica pero no sumen puntos y los puntos no se dividan entre las empresas.

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

IMPORTANTE:

Cada empresa o persona participante será responsable de realizar correctamente sus inscripciones y de completar de forma adecuada cada uno de indicados en el sistema de inscripción. Es en base a esa información que se realizarán los rankings y se definen los ganadores de Desempeño.

Una vez que la empresa/persona inscriptora haya finalizado esa inscripción, no podrá modificarse y se usará ese criterio definido para la asignación de puntos.

EL OJO LOCAL A LAS MEJORES PIEZAS/IDEAS

Se distinguirá con el premio a la Mejor Idea País/Región a los trabajos que hayan sido inscriptos directamente en este premio y además, los que hayan alcanzado un desempeño relevante (finalistas) a nivel regional y también a nivel global, independientemente del premio en el que fueron inscriptos; que tengan un mismo país de emisión.

Es decir que participan las ideas inscriptas en este premio abonando el costo de procesamiento correspondiente y se sumarán eventualmente las piezas que, compitiendo en los premios a nivel iberoamericano/global, hayan sido elegidas finalistas.

Para este premio 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.

Se elegirá la Mejor Idea de cada país o región y se nombrarán 1º y 2º Finalista.

IMPORTANTE:

La inscripción deberá realizarse en el sitio de inscripción, debiendo indicarse las piezas que desean que participen y abonar el costo de procesamiento específico para este premio. Es decir que, las empresas que quieran que sus piezas participen del premio a la Mejor Idea País/Región, deberán inscribirlas y abonarlas, además de estar participando en uno o más premios de los disponibles en esta edición del festival.

D - COMPOSICIÓN DEL JURADO

El sistema de votación consta de dos etapas. La primera etapa de la votación será realizada de forma online 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 Presidentes, de forma presencial, evaluarán y designarán de una forma integral a los gana-

dores 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 un link 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.

IMPORTANTE:

En ningún caso un jurado podrá votar por sus piezas o las de su empresa. El sistema de votación se encuentra configurado para invalidar los auto-votos de cualquier miembro del jurado. Si se podrá votar piezas de su red de otros países siempre que no sea un procedimiento constante. En caso de detectar el procedimiento en forma reiterada por parte de alguno de los miembros del jurado, es decir la votación sistemática a las piezas de su red/país, 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

PREMIOS POR IBEROAMÉRICA

PUNTUACIÓN

40 puntos	GRAN OJO de El Tercer Ojo, Eficacia, Transformación Creativa del Negocio y Mejor Idea Latina para el Mundo
30 puntos	GRAN OJO (excepto El Tercer Ojo, Eficacia, Transformación Creativa del Negocio y Mejor Idea Latina para el Mundo)
20 puntos	ORO de El Tercer Ojo, Eficacia, Transformación Creativa del Negocio y Mejor Idea Latina para el mundo
15 puntos	ORO (excepto El Tercer Ojo, Eficacia, Transformación Creativa del Negocio 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.

IMPORTANTE:

El premio El Ojo +Mujeres 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 hayan sido inscriptos directamente en este premio y además, por los trabajos que hayan sido finalistas en los reconocimientos a nivel regional y también a nivel global.

En los casos en que un país no alcance la cantidad mínima de inscripciones para participar de este premio que requiere un mínimo de cinco (5) ideas diferentes, consideradas entre las inscripciones directas a este premio y las piezas finalistas por los premios por Iberoamérica de ese país, la organización podrá evaluar elegir entre las piezas mejor ubicadas en la lista larga o declarar desierta esta categoría.

IMPORTANTE:

Para este premio 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.

PUNTUACIÓN LOCAL

20 puntos	GANADOR Mejor Pieza/Idea País
10 puntos	1º FINALISTA (certificado)
5 puntos	2º FINALISTA (certificado)
1 punto	FINALISTA (certificado)

DESEMPEÑO LOCAL

El Ojo Local al Desempeño se otorga por puntaje. Este surge a partir de la suma de puntos obtenidos por las piezas ganadoras 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 hasta el 50% del total de puntos obtenidos por el país donde se está compitiendo.

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: 2º Finalista (5 puntos)

Total: 20 puntos

b) Con sus trabajos a nivel regional o global (NO para Argentina)

A nivel Iberoamérica: 2 Oros (30 puntos)

Total: 30 puntos

Puntos a acumular por fuera de Argentina: Hasta el 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

IMPORTANTE:

El Premio al Desempeño Local solo será otorgado a las empresas/profesionales que hayan sumado un mínimo de diez (10) puntos entre los puntos acumulados a nivel Local y/o regional en el país por el que está

participando. Si en un país las empresas y/o profesionales no cumplen este requisito, el premio será declarado “desierto”.

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, Productoras de Audio & Sonido, Anunciantes y Redes de Comunicación.

F - CONSIDERACIONES PARA DISTINGUIR AGENCIA, AG.INDEPENDIENTE, RED, RED IND., HOLDING

AGENCIA

Es una agencia independiente o una oficina específica afiliada o propiedad de una red de agencias o de un holding que compite dentro de las categorías de El Ojo Desempeño como “**Agencia del Año**” tanto a nivel local como Regional. Esta agencia para poder sumar puntos deberá estar indicada en la ficha técnica de cada una de las piezas en el campo de “Agencia Principal”. En caso de indicarse más de una agencia en ese campo, los puntos se dividirán en partes iguales entre cada una de las empresas que hayan inscripto en el festival. Las agencias indicadas en el campo “Agencia Secundaria” no suman puntos para este reconocimiento.

AGENCIA INDEPENDIENTE

Se define a una “**Agencia independiente**” a la empresa que no pertenece ni está afiliada a una Holding Company ni a una Red de comunicación que dependa de un Holding. La propiedad mayoritaria de la Red debe estar en manos de la dirección de la propia agencia o de accionistas independientes, manteniéndose sin afiliación a grupos globales de holdings. Debe tener identificación fiscal en el país donde participa en el premio El Ojo Local al Desempeño. Esta agencia para poder sumar puntos deberá estar indicada en la ficha técnica de cada una de las piezas en el campo de “Agencia Principal”. En caso de indicarse más de una agencia en ese campo, los puntos se dividirán en partes iguales entre cada una de las empresas que hayan inscripto en el festival. Las agencias indicadas en el campo “Agencia Secundaria” no suman puntos para este reconocimiento.

RED DE AGENCIAS (Network)

Se define a una red de agencias como aquella que compañía que tiene dos o más oficinas y que comparten una misma estructura y marca regional o internacional, acumulando puntos de manera conjunta para categorías como “**Red de Comunicación del Año**”, para lo cual al momento de inscripción al Festival, deberán haber indicado a qué red de agencias pertenece o está afiliada la compañía y en caso que pertenezca o esté afiliada a un Holding, deberá indicar el holding al que pertenece.

Una red se considera que pertenece a un **Holding Company** si al momento de la inscripción al festival, el 20% o más de propiedad de la Red pertenece a un Holding Company (Sociedad Gestora); o a una Empresa Subsidiaria de la Empresa Holding que, a su vez, sea propiedad de la Empresa Holding en un 20% o más.

RED INDEPENDIENTE

Se considera “**Red Independiente**” a un grupo de Empresas que no son Propiedad ni están Afiliadas a una Holding Company; operan bajo una marca común o nombre comercial en múltiples países y mercados geográficos, y en cada mercado donde operan cuentan con identificación fiscal.

Una agencia para ser considerada que pertenece a una Red Independiente al momento de realizar la inscripción al festival, deberá: 1) incluir el nombre de la red independiente en su nombre comercial; o ser propiedad de una entidad que comparte el mismo nombre legal/comercial que la red independiente; o ser reconocida clara y públicamente (incluyendo en el sitio web público de la compañía) como afiliada o alineada con la red independiente.

Las agencias que pertenezcan a una red independiente deberán indicar en el momento de la inscripción el nombre de la red a la que pertenecen, para que se sumen los puntos de las piezas que conquisten reconocimientos a dicha red independiente.

HOLDING COMPANY (Sociedad Gestora Propietaria)

Se considerará que una agencia o una red de agencias pertenece a un holding o una de sus subsidiarias si el Holding posee la mayoría de sus acciones o tiene una participación significativa en la agencia o red (generalmente del 20% o más) que invalida su estatus de independencia.

G - PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

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

RÉPLICAS DE TROFEOS

Los ganadores de Grandes Ojos y Oros podrán solicitar réplicas de 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.

Deberán solicitar y completar el formulario respectivo con las tarifas 2026, indicando la réplica solicitada, los datos de la ficha técnica, 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 7 de diciembre de 2026.

H - 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 del Festival 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 cualquier consulta enviar un e-mail a info@elojodeiberoamerica.com