



XXV FESTIVAL INTERNACIONAL

# EL OJO DE IBEROAMÉRICA

2022

Veja mais além

9, 10 E 11 DE NOVIEMBRE  
BUENOS AIRES / ARGENTINA

[elojodeiberoamerica.com](http://elojodeiberoamerica.com)

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

## PRÊMIOS

### PRÊMIOS PELA IBERO-AMÉRICA

- EL OJO FILM
- EL OJO GRÁFICA
- EL OJO RÁDIO & ÁUDIO
- EL OJO VIA PÚBLICA
- EL OJO DIGITAL & SOCIAL
- EL OJO MEDIA
- EL OJO DIRETO
- EL OJO EXPERIÊNCIA DE MARCA & ATIVAÇÃO
- EL OJO PR
- EL OJO DESIGN
- EL OJO SUSTENTÁVEL
- EL OJO SPORTS
- EL OJO CONTEÚDO
- EL TERCER OJO
- EL OJO INOVAÇÃO
- EL OJO CREATIVE DATA
- EL OJO EFICÁCIA
- MELHOR IDEIA LATINA PARA O MUNDO
- EL OJO PRODUÇÃO AUDIOVISUAL
- EL OJO JÓVENS REALIZADORES/AS
- EL OJO PRODUÇÃO DE ÁUDIO & SOM
- EL OJO PRODUÇÃO GRÁFICA
- EL OJO +MULHERES (CRIATIVAS E DIRETORAS DE CENA)

- EL OJO PARA O **DESEMPENHO DO ANO PELA IBERO-AMÉRICA**: Melhor Agência, Melhor Agência Independente, Melhor Criativo/a, Melhor Produtora, Melhor Diretor/a de Cena, Melhor Anunciante e Melhor Rede de Comunicação da Ibero-América.

### PRÊMIOS COM PARTICIPAÇÃO INTERNACIONAL

- MELHOR IDEIA LATINA PARA O MUNDO

-EL OJO **PRODUÇÃO AUDIOVISUAL**

- EL OJO **PRODUÇÃO DE ÁUDIO & SOM**

## **PRÊMIOS LOCAIS**

- EL OJO PARA O **DESEMPENHO LOCAL DO ANO**: Melhor Agência, Melhor Agência Independente, Melhor Criativo/a, Melhor Produtora, Melhor Diretor/a de Cena e Melhor Anunciante por país ou região participante.

- EL OJO À **MELHOR PEÇA/ IDEIA LOCAL**: Entre as melhores peças de cada país/região participante, será escolhida a Melhor Ideia País.

## **C - DETALHE DE PRÊMIOS E CATEGORIAS**

### **PRÊMIOS PELA IBERO-AMÉRICA**



#### **EL OJO FILM (FL)**

El Ojo Film celebra as melhores ideias em formato audiovisual. Premiará as melhores imagens em movimento que demonstrem uma grande ideia acompanhada de uma perfeita execução. Ou seja, serão premiados comerciais e conteúdos audiovisuais criados para serem emitidos em televisão, cinema, vídeo on demand, de forma online e para aqueles emitidos fora do lar, como telas na via pública, espaços no exterior, espaços internos, etc.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os Ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Film da Ibero-América.

Os trabalhos inscritos neste prêmio poderão participar em uma só categoria do Grupo A e/ou uma só categoria do Grupo B ou poderão participar somente no Grupo C:

#### **Grupo A - COMERCIAIS POR CATEGORIA DE PRODUTOS/SERVIÇOS**

Os comerciais participantes deste grupo poderão ser inscritos como peças individuais e/ou como parte de uma campanha em 1 (uma) só categoria de produtos e serviços (FL1 a FL9). Caso a empresa deseje inscrever a peça como individual e incluí-la também como parte de uma campanha, deverá inscrevê-la de forma individual e também como parte de uma campanha na mesma categoria.

Duração máxima de cada uma das peças: até 180 segundos.

#### **Grupo B - COMERCIAIS POR TEMPO**

Os comerciais participantes deste grupo poderão ser inscritos como peças individuais e/ou como parte de uma campanha em 1 (uma) só categoria dependendo do tempo/minutos de duração (FL10 a FL13). Caso a empresa deseje inscrever a peça como individual e incluí-la também como parte de uma campanha, deverá inscrevê-la de forma individual e também como parte de uma campanha na mesma categoria.

Duração máxima de cada uma das peças: até 180 segundos.

### **Grupo C - CONTEÚDO PARA TV, CINEMA E PLATAFORMAS DIGITAIS**

Neste grupo participam trabalhos exibidos em televisão, cinema, vídeo on demand e/ou em plataformas online, criadas por ou com uma marca. Podem ser curtas, trailers, documentários, vídeos institucionais, videoclipes, fashion films, séries, etc (FL14).

Duração máxima das peças: até 20 minutos. Para os trabalhos inscritos que superarem os 2 minutos, deverá ser enviada uma versão reduzida de até 2 minutos, no mesmo momento em que sua inscrição for realizada, para ser projetada na cerimônia de premiação, caso resulte ganhadora.

### **CATEGORIAS (FL):**

#### **Grupo A – COMERCIAIS POR CATEGORIA DE PRODUTOS/SERVIÇO**

##### **FL1 - Alimentos e bebidas**

Congelados, conservas, carnes, peixes, frios, ovos, leites, leites achocolatados, bebidas a base de soja, iogurtes, iogurtes, queijos, cremes, massas, arroz, pizzas, molhos, sopas, azeites, vinagres, temperos, especiarias, frutas, vegetais, farinhas, açúcar, alimentos para crianças, tortas, sobremesas, geleias, doce de leite, mel, pães, cereais, barras de cereais, frutas secas, biscoitos, snacks, sorvetes, chocolates, balas, pirulitos, chicletes, águas minerais, águas saborizadas, refrigerantes, sucos, cafés, chás, aperitivos a base de ervas, bebidas energizantes, cervejas, vinhos, champagne, sidras, vodkas, licores, whiskys, coquetéis, aperitivos, bodegas, etc.

##### **FL2 - Saúde e cuidado pessoal.**

Shampoo, condicionadores, tinturas e produtos para o cuidado do cabelo, pasta de dentes, escovas de dente, sabonetes, cremes para mãos e corpo, desodorantes, máquinas de barbear, cremes de barbear, absorventes femininos, papel higiênico, lenços de papel, algodão, álcool, álcool em gel, repelentes, protetores solares, perfumes,, produtos de maquiagem e cuidado da pele, medicamentos, vacinas, desinfetantes, curativo adesivo, preservativos, teste de gravidez, suplementos dietéticos, produtos de ótica, artigos ortopédicos, lenços para crianças e adultos, produtos para bebês.

##### **FL3 - Tecnologia e Artigos para o lar**

Grandes e pequenos eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo, smart, reprodutores de música, câmeras fotográficas, webcams, computadores, laptops, tablets, equipamento de videogames, impressoras, telefones fixos e celulares, fones de ouvido, VR, produtos de limpeza para o lar, graxa para sapatos, pinturas, colchões, artigos de ferragem, artigos de decoração, poltronas, sofás, mesas, estantes, produtos de jardinagem, inseticidas, adesivos, pilhas, material escolar e de escritório, alimentos e produtos para bichos de estimação, etc.

##### **FL4 - Automóveis, caminhões e mobilidade**

Carros, pick-ups, caminhões, reboques, motos, ciclomotores, quadriciclos, bicicletas e monopatin, pneus, combustíveis, acessórios e peças para veículos, etc.

##### **FL5 - Companhias de serviços públicos, privados e financeiros.**

Serviços de TV a cabo e satelital, serviços de TV on demand, serviços de streaming, aplicativos para reprodução de música, serviços de empresas e serviços de telefonia, provedores de internet, companhias de serviços de água, gás e eletricidade, empresas de saúde, planos de saúde, serviços postais e de courier, serviços de delivery online, aplicativos de mobilidade privada, sistemas de bicicletas compartilhadas, serviços de pedágio, postos de gasolina, colégios, universidades, centros de estudo, bancos, cartões de crédito e débito, companhias de seguro, instituições de crédito e poupança, companhias de investimento, empresas de serviço de pagamento, cartões de desconto, companhias construtoras, etc.

### **FL6 - Comércio aberto ao público, supermercados e lojas online.**

Restaurantes, fast-foods, cafeterias, bares, grandes lojas, casas de artigos para o lar, supermercados, vendinhas, drugstores, cabeleireiros, lavanderias, óticas, farmácias, imobiliárias, concessionárias, lojas de fotos, papelarias e sites online de venda direta ao público, etc.

### **FL7 – Mídia, entretenimento, recreação e turismo**

Jornais, revistas, livros, enciclopédias, discos, canais de TV, estações de rádio, grupos de comunicação, programas de TV e rádio, séries, documentários, realities, agências de comunicação, portais, buscadores de internet, redes e aplicativos sociais, shoppings, academias, eventos e clubes esportivos, parques temáticos e de diversões, zoológicos, complexos de cinema, discotecas, espetáculos, festivais, museus, mostras e exposições, videogames, jogos de mesa, jogos de azar, loterias, brinquedos, indumentária e acessórios, calçado, relógios, óculos e óculos de sol, malas, companhias áreas, trens, ônibus, linhas de ferrys e cruzeiros, serviços de aluguel de automóveis, serviços e reservas de hospedagem, agências de turismo, hotéis, promoção de cidades e países, etc.

### **FL8 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil, construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia. Campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos e ambientais, etc.

### **FL9 - Bem público e mensagens governamentais.**

Peças realizadas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntários para obras de caridade, doação de órgãos e sangue, prevenção de doenças e vícios, campanhas contra a discriminação, etc. Campanhas de organizações governamentais para a divulgação de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, de trânsito, educação, capacitação e emprego realizadas pelo governo, mensagens e obras religiosas, etc.

## **Grupo B - COMERCIAIS POR TEMPO**

### **FL10 - Comerciais de até 15 segundos de duração**

### **FL11 - Comerciais de até 60 segundos de duração**

### **FL12 - Comerciais de até 120 segundos de duração**

### **FL13 - Comerciais de até 180 segundos de duração**

## **Grupo C - CONTEÚDO PARA TV, CINEMA E PLATAFORMAS DIGITAIS**

### **FL14 - Conteúdo até 20 minutos de duração**



**EL OJO GRÁFICA (GR)**

El Ojo Gráfica celebra as melhores ideias em anúncios com imagens fixas, em formato impresso ou digital em que o frescor da ideia e sua execução consigam impactar o consumidor no momento de sua visualização.

As peças inscritas devem ter sido publicadas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Gráfica da Ibero-América.

As peças poderão ser inscritas como peças individuais e/ou como parte de uma campanha em uma (1) só categoria de produtos e serviços do Grupo A. Caso deseje inscrever a peça como individual e incluí-la também como parte de uma campanha, deverá inscrevê-la em forma individual e além disso como parte de uma campanha na mesma categoria. As campanhas integradas por peças convencionais e em formatos não convencionais participam nas categorias do Grupo B - Outros formatos.

Os trabalhos inscritos inscritos neste prêmio poderão participar de uma só categoria de um dos dois (2) grupos, dependendo do seu formato:

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTO/SERVIÇOS**

Participam anúncios com imagens fixas sem interação publicados em mídia impressa ou digital (GR1 a GR9).

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

Participam imagens impressas e digitais fixas ou em movimento que contenham uma intervenção ou permitam uma interação respeitando o formato padrão das mídias impressas e digitais (GR10).

## **CATEGORIAS (GR):**

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTOS/SERVIÇOS**

#### **GR1 - Alimentos e Bebidas**

Congelados, conservas, carnes, peixes, frios, ovos, leites, leites achocolatados, bebidas a base de soja, iogurtes, iogurtes, queijos, cremes, massas, arroz, pizzas, molhos, sopas, azeites, vinagres, temperos, especiarias, frutas, vegetais, farinhas, açúcar, alimentos para crianças, tortas, sobremesas, geleias, doce de leite, mel, pães, cereais, barras de cereais, frutas secas, biscoitos, snacks, sorvetes, chocolates, balas, pirulitos, chicletes, etc. Águas minerais, águas saborizadas, refrigerantes, sucos, cafés, chás, aperitivos a base de ervas, bebidas energizantes, cervejas, cerveja sem álcool, vinhos, champagne, sidras, vodkas, licores, whiskys, coquetéis, aperitivos, bodegas, etc.

#### **GR2 –Saúde e cuidado pessoal**

Shampoo, condicionadores, tinturas e produtos para o cuidado do cabelo, pasta de dentes, escovas de dente, sabonetes, cremes para mãos e corpo, desodorantes, máquinas de barbear, cremes de barbear, absorventes femininos, papel higiênico, lenços de papel, algodão, repelentes, protetores solares, perfumes,, produtos de maquiagem e cuidado da pele, medicamentos, desinfetantes, curativo adesivo, preservativos, teste de gravidez, suplementos dietéticos, produtos de ótica, artigos ortopédicos, lenços para crianças e adultos, produtos para bebês

#### **GR3 - Tecnologia e artigos para o lar**

Grandes e pequenos eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo, smart, reprodutores de música, câmeras fotográficas, webcams, computadores, laptops, tablets, equipamento de videogames, impressoras, telefones fixos e celulares, fones de ouvido, VR, produtos de limpeza para o lar, graxa para sapatos, tintas, colchões, artigos de ferragem, artigos de decoração, estantes, produtos de jardinagem, inseticidas, adesivos, pilhas, material escolar e de escritório e produtos para bichos de estimação, etc.

#### **GR4 - Automóveis, caminhões e mobilidade**

Carros, pick-ups, caminhões, reboques, motos, ciclomotores, quadriciclos, bicicletas e monopatinos, pneus, combustíveis, acessórios e peças para veículos, etc.

#### **GR5 - Companhia de serviços públicos, privados e financeiros**

Serviços de TV a cabo e satelital, serviços de TV on demand, serviços de streaming, aplicativos para reprodução de música, serviços de telefonia, provedores de internet, companhias de serviços de água, gás e eletricidade, empresas de saúde, planos de saúde, serviços postais e de courier, serviços de delivery online, aplicativos de mobilidade privada, sistemas de bicicletas compartilhadas, serviços de pedágio, postos de gasolina, colégios, universidades, centros de estudo, bancos, cartões de crédito e débito, companhias de seguro, instituições de crédito e poupança, companhias de investimento, empresas de serviço de pagamento, cartões de desconto, companhias construtoras, etc.

#### **GR6 - Comércio abertos ao público, supermercados e lojas online**

Restaurantes, fast-foods, cafeterias, bares, grandes lojas, casas de artigos para o lar, supermercados, vendinhas, drugstores, cabeleireiros, lavanderias, óticas, farmácias, imobiliárias, concessionárias, lojas de fotos, papelarias e sites online de venda direta ao público, etc.

#### **GR7 - Mídia, entretenimento, recreação e turismo**

Jornais, revistas, livros, enciclopédias, discos, canais de TV, estações de rádio, grupos de comunicação, programas de TV e rádio, séries, documentários, realities, agências de comunicação, portais, buscadores de internet, redes e aplicativos sociais, shoppings, academias, eventos e clubes esportivos, parques temáticos e de diversões, zoológicos, complexos de cinema, discotecas, espetáculos, festivais, museus, mostras e exposições, videogames, jogos de mesa, jogos de azar, loterias, brinquedos, indumentária e acessórios, calçado, relógios, óculos e óculos de sol, malas, companhias aéreas, trens, ônibus, linhas de ferrys e cruzeiros, serviços de aluguel de automóveis, serviços e reservas de hospedagem, agências de turismo, hotéis, promoção de cidades e países, etc.

#### **GR8 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil e construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia, campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos e ambientais, etc.

#### **GR9 - Bem público e mensagens governamentais**

Peças realizadas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntários para obras de caridade, doação de órgãos e sangue, prevenção de doenças e vícios, campanhas contra a discriminação, etc. Campanhas de organizações governamentais para a divulgação de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, de trânsito, educação, capacitação e emprego realizadas pelo governo, mensagens e obras religiosas, etc.

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

#### **GR10 - Formatos não convencionais**

Anúncios impressos que tenham utilizado a mídia gráfica tradicional de uma maneira inovadora, como aquelas ideias que tenham aproveitado e/ou utilizado como conceito alguma característica em especial intrínseca à mídia gráfica tradicional. Também participarão aquelas ideias em que a execução gráfica e/ou digital é apenas parte de um conceito mais amplo, ou conduza a uma interação online mediante elementos digitais ou interativos como pode ser o uso de códigos QR, aplicativos descargáveis, realidade aumentada, realidade virtual, etc.



## EL OJO RÁDIO & ÁUDIO (RA)

O El Ojo Rádio & Áudio celebra as melhores ideias de áudio desenvolvidas tanto em mídia convencional quanto nas diferentes plataformas de áudio e serão premiadas a narrativa auditiva, a inovação sonora e musical na comunicação de uma mensagem de marca.

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Rádio & Áudio da Ibero-América.

As peças poderão ser inscritas como peças individuais e/ou como parte de uma campanha em uma (1) só categoria de produtos e serviços do Grupo A. Caso deseje inscrever a peça como individual e incluí-la também como parte de uma campanha, deverá inscrevê-la de forma individual e além disso como parte de uma campanha na mesma categoria. As campanhas integradas por peças convencionais e em formatos não convencionais participam nas categorias do Grupo B - Outros formatos.

Os trabalhos inscritos neste prêmio poderão participar de uma só categoria de um dos dois (2) grupos, dependendo do seu formato:

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTO/SERVIÇO**

Participam spots de rádio onde não seja necessária a interação do ouvinte. Os mesmos devem ter sido desenvolvidos em formatos tradicionais, independentemente do suporte por onde foram transmitidos (RA1 a RA4).

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

Participam trabajos que utilizem de uma forma inovadora a mídia tradicional e/ou intervenções radiais ou de áudio que superem os limites das plataformas de áudio, que permitam ou não uma interação. (RA5 a RA8).

## **CATEGORIAS (RA):**

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTO/SERVIÇO**

#### **RA1 - Produtos**

Alimentos, guloseimas, bebidas, saúde, artigos de cuidado pessoal e farmacêuticos, tecnologia, artigos para o lar, automóveis, etc.

#### **RA2 - Serviços**

Companhias de serviços públicos, privados, instituições e serviços financeiros, comércios abertos ao público, supermercados, lojas online, mídia, entretenimento, recreação, transporte, turismo, etc.

#### **RA3 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil, construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia, campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos, ambientais, etc.

#### **RA4 - Bem público e mensagens governamentais**

Peças realizadas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntários para obras de caridade, doação de órgãos e sangue, prevenção de doenças e vícios, campanhas contra a discriminação, etc. Campanhas de organizações governamentais para a divulgação de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, de trânsito, educação, capacitação e emprego realizadas pelo governo, mensagens e obras religiosas, etc.

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

#### **RA5 - Uso não convencional da mídia tradicional.**

Spots que utilizem o formato de rádio tradicional de uma forma inovadora e melhorem diretamente a experiência do ouvinte ao comunicar a mensagem de uma marca.

#### **RA6 - Uso não convencional de plataformas de áudio/som.**

Ideias nas quais o uso criativo do áudio e/ou som seja protagonista da ações. Isto pode incluir o uso de plataformas de áudio, aplicativos, redes sociais, desenvolvimento de software e tecnologias que demonstrem um processo criativo na produção e distribuição do áudio.

#### **RA7 - Podcast \*Nova categoria**

Conteúdo criado por uma marca em todas as plataformas de áudio, incluídas estações de rádio, plataformas de streaming, patrocínio de programas, etc.

#### **RA8 - Jingle \*Nova categoria**

Peças e/ou mensagens publicitárias criadas por uma marca que, mediante a letra e/ou a música, consigam que a marca seja facilmente lembrada pelas pessoas.



### **EL OJO VIA PÚBLICA (VP)**

O El Ojo Via Pública celebra as melhores ideias criadas para captar a atenção do consumidor fora de casa, em espaços públicos ou privados, conseguindo assim comunicar uma mensagem de uma forma atrativa e/ou gerar uma experiência de marca.

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Via Pública da Ibero-América.

As peças poderão ser inscritas como peças individuais e/ou como parte de uma campanha em uma (1) só categoria de produtos e serviços do Grupo A. Caso deseje inscrever a peça como individual e incluí-la também como parte de uma campanha, deverá inscrevê-la em forma individual e além disso como parte de uma campanha na mesma categoria. As campanhas integradas por peças convencionais e em formatos não



convencionais participam nas categorias do Grupo B - Outros formatos.

Os trabalhos inscritos neste prêmio poderão participar de uma só categoria de um dos dois (2) grupos, dependendo do seu formato:

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTOS/SERVIÇOS**

Participam imagens fixas, impressas ou digitais, desenvolvidas para formatos padrão de via pública (VP1 a VP9)

### **Grupo B - OUTRO FORMATOS**

Participam imagens impressas e digitais fixas ou em movimento que contenham uma intervenção ou permitam uma interação geradas para formato padrão, assim como também ações e ambientações desenvolvidas na via pública e/ou espaços fechados (VP10 a VP14).

## **CATEGORIAS (VP):**

### **Grupo A - FORMATOS CONVENCIONAIS POR CATEGORIA DE PRODUTOS/SERVIÇOS**

#### **VP1 - Alimentos e Bebidas**

Congelados, conservas, carnes, peixes, frios, ovos, leites, leites achocolatados, bebidas a base de soja, iogurtes, queijos, cremes, massas, arroz, pizzas, molhos, sopas, azeites, vinagres, temperos, especiarias, frutas, vegetais, farinhas, açúcar, alimentos para crianças, tortas, sobremesas, geleias, doce de leite, mel, pães, cereais, barras de cereais, frutas secas, biscoitos, snacks, sorvetes, chocolates, balas, pirulitos, chicletes, etc. Águas minerais, águas saborizadas, refrigerantes, sucos, cafés, chás, aperitivos a base de ervas, bebidas energizantes, cervejas, cerveja sem álcool, vinhos, champagne, sidras, vodkas, licores, whiskys, coquetéis, aperitivos, bodegas, etc.

#### **VP2 –Saúde e cuidado pessoal**

Shampoo, condicionadores, tinturas e produtos para o cuidado do cabelo, pasta de dentes, escovas de dente, sabonetes, cremes para mãos e corpo, desodorantes, máquinas de barbear, cremes de barbear, absorventes femininos, papel higiênico, lenços de papel, algodão, repelentes, protetores solares, perfumes,, produtos de maquiagem e cuidado da pele, medicamentos, desinfetantes, curativo adesivo, preservativos, teste de gravidez, suplementos dietéticos, produtos de ótica, artigos ortopédicos, lenços para crianças e adultos, produtos para bebês, etc.

#### **VP3 - Tecnologia e artigos para o lar**

Grandes e pequenos eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo, smart, reprodutores de música, câmeras fotográficas, webcams, computadores, laptops, tablets, equipamento de videogames, impressoras, telefones fixos e celulares, fones de ouvido, VR, produtos de limpeza para o lar, graxa para sapatos, tintas, colchões, artigos de ferragem, artigos de decoração, estantes, produtos de jardinagem, inseticidas, adesivos, pilhas, material escolar e de escritório e produtos para bichos de estimação, etc.

#### **VP4 - Automóveis, caminhões e mobilidade**

Carros, pick-ups, caminhões, reboques, motos, ciclomotores, quadriciclos, bicicletas e monopatin, pneus, combustíveis, acessórios e peças para veículos, etc.

#### **VP5 - Companhias de serviços públicos, privados e financeiros**

Serviços de TV a cabo e satelital, serviços de TV on demand, serviços de streaming, aplicativos para reprodução de música, serviços de telefonia, provedores de internet, companhias de serviços de água, gás e eletricidade, empresas de saúde, planos de saúde, serviços postais e de courier, serviços de delivery online, aplicativos de mobilidade privada, sistemas de bicicletas compartilhadas serviços de pedágio, postos de gasolina, colégios, universidades, centros de estudo, bancos, cartões de

crédito e débito, companhias de seguro, instituições de crédito e poupança, companhias de investimento, empresas de serviço de pagamento, cartões de desconto, companhias construtoras, etc.

#### **VP6 - Comércio aberto ao público, supermercados e lojas online**

Restaurantes, fast-foods, cafeterias, bares, grandes lojas, casas de artigos para o lar, supermercados, vendinhas, drugstores, cabeleireiros, lavanderias, óticas, farmácias, imobiliárias, concessionárias, lojas de fotos, papelarias e sites online de venda direta ao público, etc.

#### **VP7 - Mídia, entretenimentos, recreação e turismo**

Jornais, revistas, livros, enciclopédias, discos, canais de TV, estações de rádio, grupos de comunicação, programas de TV e rádio, séries, documentários, realities, agências de comunicação, portais, buscadores de internet, redes e aplicativos sociais, shoppings, academias, eventos e clubes esportivos, parques temáticos e de diversões, zoológicos, complexos de cinema, discotecas, espetáculos, festivais, museus, mostras e exposições, videogames, jogos de mesa, jogos de azar, loterias, brinquedos, indumentária e acessórios, calçado, relógios, óculos e óculos de sol, malas, companhias aéreas, trens, ônibus, linhas de ferrys e cruzeiros, serviços de aluguel de automóveis, serviços e reservas de hospedagem, agências de turismo, hotéis, promoção de cidades e países, etc.

#### **VP8 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil e construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia, campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos e ambientais, etc.

#### **VP9 - Bem público e mensagens governamentais**

Peças realizadas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntariados para obras de caridade, doação de órgãos e sangue, prevenção de doenças e vícios, campanhas contra a discriminação, etc. Campanhas de organizações governamentais para a divulgação de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, de trânsito, educação, capacitação e emprego realizadas pelo governo, mensagens e obras religiosas, etc.

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

#### **VP10 - Formatos não convencionais e intervenções**

Participam imagens fixas impressas ou digitais que contenham uma intervenção ou permitam uma interação utilizando os formatos standard de via pública. Além disso, participam as peças criadas para aproveitar e/ou intervir elementos e espaços da via pública, transformando-os em um formato alternativo de comunicação.

#### **VP11 - Ambientações**

Ações realizadas na via pública, assim como em espaços públicos e/ou privados ao ar livre e/ou ambientes fechados, onde as marcas buscam transmitir uma mensagem, transformando os consumidores em espectadores.

#### **VP12 - Instalações Interativas**

Ações que aproveitem o uso de espaços na via pública como em espaços privados ao ar livre e/ou em ambientes fechados, na qual os consumidores são participantes da ação, gerando uma interação com a mensagem da marca e conseguindo assim mergulhá-los em uma experiência.

#### **VP13 - Indoor**

Peças gráficas desenvolvidas em formatos standard e não standard para interiores de espaços públicos, privados, shopping e/ou transporte público. Nesta categoria, participarão tanto peças individuais quanto campanhas.

## **VP14 - Telas digitais**

Peças desenvolvidas para telas digitais que utilizem imagens em movimento, conteúdos animados, mapping, telas táteis, etc. Poderão exigir ou não o compromisso ativo do consumidor e poderão ter ou não alguma integração móvel e em redes sociais. Além disso, participam as peças que, mediante o uso da tecnologia, de dados personalizados e conteúdo atualizável em tempo real, consigam gerar uma experiência com o usuário.



### **EL OJO DIGITAL & SOCIAL (DS)**

El Ojo Digital & Social reconhecerá a melhor criatividade pensada para este mundo móvel e social. Premiará as melhores ideias que se experimentam digitalmente. Ideias que aproveitem a mídia digital para melhorar a mensagem da marca.

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Digital & Social da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em uma (1) ou mais de uma categoria (DS1 a DS13), sempre e quando cumprirem com as características das mesmas.

#### **CATEGORIAS (DS):**

##### **DS1 - Online ad**

Execuções online pagas realizadas por uma marca que podem chegar ao usuário de maneira direta por meio de dispositivos móveis, assim como também através da navegação online. Inclui banners, pop up, anúncios digitais, vídeos publicitários, comerciais online, etc.

##### **DS2 - Aplicativos, jogos e sites.**

Aplicativos, jogos, plataformas esportivas e e-sports e sites desenvolvidos especificamente para uma marca ou aqueles em que existe a promoção de uma marca ou produto.

##### **DS3 - Ações em redes sociais para um produto**

Ações criadas exclusivamente para serem desenvolvidas em redes sociais para melhorar a afinidade da marca / produto com uma audiência ou comunidade.

##### **DS4 - Ações de RSE em redes sociais \*Nova categoria**

Ações de conscientização sobre problemas e situações de interesse para a sociedade criadas por uma marca, desenvolvidas exclusivamente para redes sociais.

##### **DS5 - Ações de Bem Público em redes sociais \*Nova categoria**

Campanhas de conscientização sobre problemas e situações de interesse para a sociedade, realizadas por fundações, ONG's, associações ambientais, voluntariados, etc., desenvolvidas exclusivamente para redes sociais.

##### **DS6 - Influencer**

Conteúdo ou ações digitais que utilizam uma celebridade, embaixador, influencer social ou gamers para se envolver com um público-alvo.

### **DS7 - Viral Marketing**

Peças desenvolvidas por uma marca e/ou por um usuário para uma marca com o objetivo de gerar um efeito viral, com a intenção principal de ser compartilhadas e / ou distribuídas pelo usuário online, conseguindo melhorar a afinidade com a marca.

### **DS8 - Branded Content**

Conteúdo gerado para ser publicado em plataformas digitais e sociais com o objetivo de amplificar a mensagem de uma marca e atrair o consumidor.

### **DS9 - Uso de tecnologia**

Os trabalhos deverão demonstrar como a tecnologia digital foi utilizada em função de melhorar a experiência do usuário e/ou potencializar a relação com a marca. Será levado em consideração o uso de tecnologias existentes como código QR, Bluetooth, vídeos 360, GPS e geolocalização, ativação por proximidade, sensores móveis, chatbots, ativação de voz, serviços na nuvem, Internet das coisas (IoT), etc

### **DS10 - Uso de data**

Soluções criativas digitais/móveis a partir do uso de dados pessoais com o objetivo de criar e/ou desenvolver uma relação significativa com um público ou uma comunidade específica.

### **DS11 - E-commerce**

Sites ou aplicativos criados para soluções comerciais ou de pagamento em que será levado em consideração como a inovação e a otimização do trajeto que o cliente realiza levaram a uma maior participação do consumidor e do sucesso da compra.

### **DS12 - Experiência do usuário**

As ideias deverão demonstrar como o conjunto de fatores e elementos relativos à interação do usuário com um sistema, página web, aplicativo, programa ou dispositivo concreto resultaram em uma percepção positiva de tal serviço ou produto de uma marca.

### **DS13 - Novas tecnologias e realidades imersivas \*Nova categoria**

Serão premiadas aquelas ideias que utilizem as novas realidades, sendo estas ferramentas úteis para melhorar a experiência do usuário ou gerar experiências de entretenimento com o consumidor. Inclui realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), realidade estendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas imersivos, etc.



**EL OJO MEDIA (CM)**

El Ojo Media premiará o uso criativo, inovador e não convencional dos meios de comunicação. Reconhecerá as melhores ideias que utilizem a mídia de uma maneira inovadora e relevante, que levem em consideração o contexto e a estratégia na escolha da mídia e contribua para amplificar a mensagem das marcas.

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Media da Ibero-América.

Os cases inscritos neste prêmio, terão a possibilidade de participar em dois (2) grupos:

### **Grupo A - PRODUTOS E SERVIÇOS**

Os trabalhos poderão ser inscritos em uma (1) só categoria (CM1 a CM4) correspondente a produtos e serviços.

### **Grupo B - MÍDIA**

Os trabalhos poderão ser inscritos em uma (1) ou mais de uma categoria segundo a mídia utilizada, sempre e quando cumprirem com as características das mesmas (CM5 a CM13).

## **CATEGORIAS (CM):**

### **Grupo A - PRODUTOS E SERVIÇOS**

#### **CM1 - Produtos**

Alimentos, guloseimas, bebidas, saúde, artigos de cuidado pessoal e farmacêuticos, tecnologia e artigos para o lar, automóveis, etc.

#### **CM2 - Serviços**

Companhias de serviços públicos, privados, Instituições e serviços financeiros, comércios abertos ao público, supermercados, lojas online, mídia, entretenimento, recreação, transporte, turismo, etc.

#### **CM3 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil, construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia, campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos e ambientais, etc.

#### **CM4 - Bem público e mensagens governamentais**

Peças realizadas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntariados para obras de caridade, doação de órgãos e sangue, prevenção de doenças e vícios, campanhas contra a discriminação, etc. Campanhas de organizações governamentais para a divulgação de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, de trânsito, educação, capacitação e emprego realizadas pelo governo, mensagens e obras religiosas, etc.

### **Grupo B - MÍDIA**

#### **CM5 - Audiovisual**

Peças ou intervenções não convencionais, emitidas em Cinema, TV, Video on demand e/ou novos suportes audiovisuais.

#### **CM6 - Gráfico**

Anúncios impressos que tenham utilizado a mídia gráfica tradicional de uma maneira inovadora, como aquelas ideias que tenham aproveitado e/ou utilizado como conceito alguma característica em especial intrínseca à mídia gráfica tradicional.

### **CM7 - Plataformas de áudio**

Intervenções radiais que superam os limites do rádio tradicional e das plataformas de áudio, utilizando-as de uma forma inovadora para promover a marca.

### **CM8 - Via Pública**

Peças desenvolvidas de maneira não convencional, utilizando os formatos tradicionais da via pública (cartazes, marquises, ônibus, pontos de ônibus etc), assim como também peças criadas para aproveitar ou intervir elementos e espaços da via pública de uma maneira não convencional, transformando-os em formatos alternativos de comunicação.

### **CM9 - Ações e eventos**

Eventos e ações realizados na via pública e/ou em espaços privados, assim como eventos virtuais, desenvolvidos para uma marca ou uma associação de marcas com fins comunicacionais e/ou promocionais no qual pode ou não existir uma interação com o consumidor.

### **CM10 - Plataformas digitais \*Nova categoria**

Peças ou ações publicitárias não tradicionais para serem desenvolvidas em plataformas digitais.

### **CM11 - Plataformas sociais & Influencer \*Nova categoria**

Ações não tradicionais, desenvolvidas para plataformas sociais, assim como também aquelas peças em que o eixo da ideia seja o uso inovador de celebridades, influencers ou gamers, como com o objetivo de estabelecer uma relação mais direta da marca com o público-alvo.

### **CM12 - Campanhas Integradas**

Serão premiados os trabalhos que implementem a integração de uma ideia utilizando múltiplas mídias, ações e/ou aplicativos que se enriqueçam mutuamente e potencializem a comunicação da marca, produto ou serviço. O valor da campanha estará focado no uso de duas ou mais mídias ou formatos e como essa escolha obteve mais alcance e impacto.

### **CM13 - Novas tecnologias e realidades imersivas \*Nova categoria**

Serão premiadas aquelas ideias que implementem o uso de novas tecnologias para apoiar uma campanha de mídia. Inclui realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), realidade estendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas imersivos, etc.



### **EL OJO DIRETO (MD)**

O El Ojo Direto celebra as melhores ideias que gerem uma resposta e construam uma relação com o cliente, que busquem como objetivo captar, reter e fidelizar uma audiência específica, onde exista um meio de resposta para interagir ou medir resultados relevantes.

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Direto da Ibero-América.

As peças inscritas neste prêmio terão a possibilidade de participar em dois (2) grupos:

## **Grupo A - MÍDIA**

Participarão as peças segundo a mídia onde foram veiculadas. Os trabalhos poderão ser inscritos em mais de uma categoria sempre que obedecerem os requisitos de cada uma (MD1 a MD6).

## **Grupo B - ESTRATÉGIAS E OBJETIVOS**

Será levado em consideração a estratégia e os objetivos de cada campanha. As peças poderão participar somente em uma categoria do Grupo B (MD7 ou MD8).

### **CATEGORIAS (MD):**

#### **MD1 - Correio Direto**

Peças criadas com o objetivo de chegar ao público-alvo de maneira direta e pessoal. As peças criadas podem ser digitais ou físicas, tanto no formato impresso como corpóreo ou tridimensional, também através do uso da tecnologia, demonstrando a localização efetiva e evidência dos resultados.

#### **MD2 - Uso de plataformas digitais**

Peças ou ações que utilizem plataformas digitais ou tecnologias associadas para estabelecer o contato com o target específico e melhorar as relações com a sua audiência. Isto pode incluir sites web, sites de resposta direta, jogos, motores de busca, anúncios publicitários, etc.

#### **MD3 - Ações em plataformas sociais e co-criação de conteúdo**

Peças ou ações que utilizem as redes sociais, blogs, wikis, sites de troca de vídeo, etc., para estabelecer ou melhorar as relações com um target específico, assim como também os trabalhos em que são utilizados influencers como celebridades, youtubers, bloggers e os conteúdos criados pelo usuário em que se busca amplificar a mensagem de uma marca, envolver-se com uma comunidade de consumidores e animá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca.

#### **MD4 - Ações com uso de dados**

Os trabalhos nesta categoria devem demonstrar como os dados foram utilizados criativamente para potencializar uma campanha, impulsioná-la e melhorar a experiência do cliente, potencializando sua relação com a marca e gerando resultados mensuráveis. Inclui atividade de resposta em tempo real, geolocalização, ativação de proximidade, meios de programação, etc.

#### **MD5 - Eventos e ações**

Eventos ou ações criadas para serem desenvolvidas na via pública e em espaços privados com o objetivo de estabelecer uma relação direta com o público-alvo.

#### **MD6 - Uso de novas tecnologias e realidades imersivas \*Nova categoria**

Peças ou ações que demonstrem como uma marca, através da tecnologia e das realidades imersivas conseguiu se envolver com o público-alvo e fortalecer as relações com o mesmo. Inclui realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), realidade estendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas imersivos, etc.

## **Grupo B - ESTRATÉGIAS E OBJETIVOS**

#### **MD7 - Lançamento e ativação de marca**

Peças ou ações criadas para gerar um contato e interação direta com o cliente ou consumidor para conseguir passar uma mensagem de maneira mais direta e impulsionar o lançamento ou relançamento de um produto ou serviço, assim como gerar uma experiência através de uma interação direta para promover um produto ou marca.

## **MD8 - Fidelização e/ou construção de marca**

Peças ou ações dirigidas para a manutenção de uma relação duradoura com o cliente e/ou construção de marca.



### **EL OJO EXPERIÊNCIA DE MARCA & ATIVAÇÃO (EM)**

O El Ojo Experiência de Marca & Ativação celebra as melhores ideias criadas com o objetivo de ativar e promover a venda de um produto ou serviço, dar vida a uma marca, gerar seu conhecimento e o uso da mesma, originando afinidade com o público ao qual está dirigida. Estes trabalhos devem gerar a participação do consumidor em diversas atividades que sirvam para promover um produto ou serviço e devem demonstrar como esta experiência conduziu para obter maior afinidade e sucesso comercial

As peças inscritas devem ter sido emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Experiência de Marca & Ativação da Ibero-América.

As peças inscritas neste prêmio, terão a possibilidade de participar em dois (2) grupos:

#### **Grupo A - MÍDIA**

Participarão as experiências de marca e ativações levando em conta a mídia usada e o ponto de contato. Os trabalhos podem ser inscritos em mais de uma categoria desde que atendam aos requisitos de cada uma (EM1 a EM5).

#### **Grupo B - OBJETIVOS**

Serão levados em consideração os objetivos propostos para a campanha. Os trabalhos deste grupo poderão participar somente em 1 (uma) só categoria (EM6 a EM9).

### **CATEGORIAS (EM):**

#### **Grupo A - MÍDIA**

##### **EM1 -Experiências e ativações no ponto de venda**

Peças criadas para serem implementadas levando em consideração como cenário principal um ou vários pontos de venda (físicos ou digitais) como apoio de uma ativação, um lançamento de produto, atividades de sampling, etc.

##### **EM2 - Experiências e ativações no espaço público**

Eventos e ações desenvolvidos para uma marca ou um produto durante um período limitado de tempo e utilizando o espaço público como eixo da ação.

##### **EM3 - Experiências e ativações em plataformas digitais**

Ações e eventos online realizadas para uma marca ou produto durante um período limitado de tempo, e utilizando as plataformas digitais. Inclui sites, microsites, aplicativos, jogos, etc.

##### **EM4 - Experiências e ativações em plataformas sociais**

Ações criadas para uma marca ou produto durante um período limitado de tempo e utilizando as redes sociais, incluindo celebrities , influencers ou gamers como meio de ação.



### **EM5 - Experiências imersivas e novas tecnologias \*Nova categoria**

Peças ou ações que utilizem criativamente o uso de novas tecnologias e/ou experiências digitais imersivas para melhorar uma experiência ou ativação de marca. Inclui realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), realidade estendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas imersivos, etc.

## **Grupo B - OBJETIVOS**

### **EM6 - Lançamento e posicionamento**

Ações criadas para promover ou posicionar um produto ou serviço de uma marca que ainda não tenha sido introduzido no mercado ou que tenham sido modificados para seu relançamento.

### **EM7 - Ativação de marca**

Ações criadas para promover um produto ou serviço que busca captar a atenção dos consumidores gerando um contato e interação e conseguindo aproximar a marca a eles.

### **EM8 - Ativações de RSE \*Nova categoria**

Ações de conscientização criadas por uma marca ou empresa que abordem problemas e situações de interesse para a sociedade. Os trabalhos deverão demonstrar o impacto gerado no público-alvo.

### **EM9 - Ativações de Bem Público \*Nova categoria**

Ações geradas por fundações, ONG's, associações ambientais, voluntariados, etc., que abordem problemáticas sociais e éticas para gerar conscientização sobre um tema específico ou problemática em particular, levando em conta o contexto. As peças deverão demonstrar o impacto gerado no público-alvo.



## **EL OJO PR (PR)**

O El Ojo PR celebra as melhores ideias que construam confiança e reputação exitosa nas relações com terceiros, utilizando principalmente táticas através de earn media ou canais próprios para comunicar credibilidade, conscientização, reputação, e relacionem as companhias ou organizações de maneira positiva com seus consumidores, funcionários ou com a comunidade em geral.

As peças inscritas devem ter sido publicados, realizados e/ou emitidos pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo PR da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em 1 (uma) ou mais de uma categoria, desde que obedeçam as características das mesmas.

### **CATEGORIAS (PR):**

#### **PR1 - Ações de comunicação e reputação corporativa**

Campanhas criadas para construir a imagem, aumentar o perfil ou formar opinião de uma marca, organização, instituição, etc.

### **PR2 - Comunicações Internas \*Nova categoria**

Ações ou atividades internas geradas para conectar os funcionários com a identidade, mensagem ou o propósito de uma empresa. As peças deverão demonstrar os resultados, a satisfação dos funcionários e crescimento empresarial.

### **PR3 - Ações de RSE**

Ações geradas por uma marca ou empresa, que abordam questões sociais e éticas. Os trabalhos deverão demonstrar como o propósito da marca gerou um valor e conseguiu conectar com seus clientes de uma maneira positiva.

### **PR4 - Ações de Bem Público**

Ações geradas por uma ONG, pelo Governo ou por entidades religiosas que abordem questões de bem público, sociais e éticas.

### **PR5 - Controle de reputação**

Campanhas criadas para planejar e/ou controlar as consequências de uma crise ou de uma ação que possam afetar a credibilidade a boa reputação de uma companhia/empresa/marca.

### **PR6 - Ações em tempo real**

Ações desenvolvidas para responder e/ou participar em tempo real de maneira criativa em uma conversa em torno a eventos internacionais ou locais, assuntos públicos, privados e outras atividades.

### **PR7 - Ações em plataformas digitais e sociais**

Peças ou campanhas que tenham usado as plataformas digitais e sociais em prol de uma ação de comunicação efetiva.

### **PR8 - Influencers e Co-criação de conteúdo.**

Trabalhos ou campanhas nas quais são utilizadas influenciadores como celebridades, youtubers, bloggers, assim como também os conteúdos criados pelo usuário em que se busca amplificar a mensagem de uma marca, envolver-se com uma comunidade de consumidores ou fãs e animá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca.

### **PR9 - Eventos e patrocínios \*Nova categoria**

Eventos, eventos transmitidos ao vivo, eventos corporativos, festivais, concursos, etc., realizados para construir o valor e a reputação de uma marca ou projeto de comunicação como parte de uma estratégia mais ampla de relações públicas.

### **PR10 - Lançamentos e ativações**

Será premiada a melhor ideia relacionada a promover o lançamento, relançamento ou ativação de um produto ou serviço de uma marca ou empresa.

### **PR11 - Atualidade e contexto**

Ações de marcas inspiradas em uma visão sócio-cultural derivada das ideias, costumes, valores e estilos de vida que se encontram dentro de uma região, localidade ou momento específico. Trata-se de ações que realizam as marcas levando em consideração um tema/problemática específica (nova onda de Covid, catástrofes naturais, etc) assim como também uma cultura ou uma sociedade em particular (indígenas da Amazônia, refugiados, etc).



## **EL OJO DESIGN (DG)**

El Ojo Design celebra a criatividade ao serviço do design. Vamos distinguir os trabalhos que demonstram como o design foi usado para construir uma identidade de marca, uma experiência e / ou comunicar uma mensagem de uma marca, obtendo maior reconhecimento e compreensão pelo consumidor.

Os trabalhos inscritos devem ter sido publicados, realizados e/ou emitidos pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Design da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em 1 (uma) ou mais de uma categoria, desde que obedeçam as características das mesmas.

### **CATEGORIAS (DG):**

#### **DG1 - Identidade e construção de marca**

Criação ou atualização de uma nova marca ou identidade corporativa para qualquer produto, serviço, empresa ou organização. Serão premiadas soluções de identidade desenvolvidas através de múltiplos pontos de contatos e plataformas de mídia.

#### **DG2 - Design Editorial**

Será levado em consideração o design editorial, tanto impresso como digital, assim como o design de peças para o uso de promoção e a comunicação de uma marca. Inclui livros (capa e interior), revistas, jornais, artigos editoriais.

#### **DG3 - Cartazes e publicações**

Será levada em consideração o design da peça para a promoção e a comunicação de uma marca. Poderão participar anúncios, posters, calendários, convites, postais, cartões de felicitações, etc

#### **DG4 - Design Digital.**

Estará focado na execução do design estético geral e a interface com o usuário para melhorar o uso do produto digital conseguindo comunicar melhor a mensagem da marca e permitindo uma experiência de usuário relevante, fluida e consistente em cada ponto de interação, seja no suporte geral, estrutura como a usabilidade. Poderão incluir sites, aplicativos, publicações online, plataformas sociais, videogames, etc; podem ou não serem interativos.

#### **DG5 - Instalações e artigos promocionais**

Será premiado o design de ambientes e espaços criados tanto no ponto de venda como em estandes móveis, com o propósito de comunicação e experiência de marcas tanto na via pública como em espaços interiores (exibidores, stand, pontos de venda, gráficos estruturais, eventos, etc). Também participam os designs de artigos de uma marca com o objetivo de promover um produto ou serviço, como indumentária, presentes promocionais e amostras, acessórios de marketing de guerrilha, etc.

#### **DG6 - Design de produto**

Serão premiados aqueles produtos que tenham conseguido, através da estética e da utilidade, aumentar o valor de uma marca e uma perfeita comunicação, gerando um impacto positivo no usuário. Serão levados em consideração as conquistas

do design que expresse as qualidades da marca, identidade e funcionalidade e como resolve os problemas de produção e fabricação.

### **DG7 - Packaging**

São incluídos todo tipo de embalagens utilizadas para promover, vender ou exibir um produto. Podem ser embalagens para produtos de consumo massivo, produtos de luxo e de design assim como também embalagens promocionais ou especiais que tenham sido ejecutadas por um período de tempo limitado. São incluídas também as embalagens com métodos de produção de origem responsável, limpa e que incentivem a sustentabilidade.

### **DG8 - Design de experiência de marca**

Serão premiadas as peças que demonstrem como o design construiu e definiu a experiência do usuário com um produto ou serviço de uma marca. Serão levados em consideração os trabalhos que envolvam algum dos seguintes meios ou formatos: embalagens, stands, POP, material impresso, conteúdo digital, o ambiente, o conteúdo audiovisual, etc, no qual a interação do usuário com a marca obtenha como resultado uma percepção positiva e significativa



### **EL OJO SUSTENTÁVEL -pelo Bem comum (ST)**

A esperança de poder criar uma comunidade global que leve os líderes a tomar decisões responsáveis, a necessidade de uma mudança de mentalidade em matéria ambiental, a obrigação de abrir o jogo a todos los setores de uma sociedade, ou simplesmente a contribuição com esse grãozinho de areia individual que gere pelo menos um instante de reflexão na população são as razões principais deste prêmio especial, que apela para o lado mais comprometido da indústria publicitária, dos anunciantes, das organizações sociais, dos governos, em seus diferentes níveis, e dos cidadãos.

Desta maneira, o El Ojo de Iberoamérica, através do El Ojo Sustentável pelo bem comum apoia e reconhece os trabalhos e empresas que através de sua mensagem ou ações contribuam de forma ativa, voluntária e sustentável no tempo para a melhora social, econômica e ambiental de nossas sociedades e de nossa casa, a Terra.

Este prêmio celebra as peças que realmente consigam impactar no mundo, através de sua contribuição com a cultura e a resolução de problemáticas específicas que prejudicam as sociedades.

Os trabalhos inscritos devem ter sido publicados, realizados e/ou emitidos pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Sustentável da Ibero-América.

As peças inscritas neste prêmio, terão a possibilidade de participar de uma só categoria e em um dos dois (2) grupos.

### **Grupo A - PROPÓSITO DE MARCA / RSE**

Nestas categorias serão reconhecidas aquelas peças ou ações criadas e geradas para uma marca, dirigidas para abordar e conscientizar sobre temas sociais de saúde, éticos e ambientais, que promovam e contribuam com um mundo mais justo, inclusivo, solidário e integrado, ou a gerar consciência da importância de conseguir estes objetivos. (ST1 a ST5).

## Grupo B - BEM PÚBLICO

Nestas categorias, serão distinguidas aquelas peças ou ações que correspondam a uma campanha de Bem Público geradas por fundações, organizações não governamentais, associações ambientais, voluntariados, difusão de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, rodoviárias, educação, saúde capacitação e emprego realizadas por governos. (ST6 a ST8).

### CATEGORIAS (ST):

## Grupo A - PROPÓSITO DE MARCA/RSE

### ST1 - Saúde

Serão premiadas mensagens criadas para promover a conscientização sobre a saúde, a importância da higiene, campanhas antitabagismo, conscientização e conhecimento sobre doenças, doação de órgãos, melhoria da nutrição e campanhas que promovam o exercício e o bem-estar.

### ST2 - Ambiente e sustentabilidade

Serão destacadas as peças que visam conscientizar sobre a importância do cuidado ambiental, campanhas que promovam e ensinem sobre o uso de materiais recicláveis e sustentáveis, campanhas que promovam a sustentabilidade e o respeito pelo meio-ambiente, campanhas que promovam o cuidado dos serviços como a água, a energia elétrica, etc. Além disso, serão premiados produtos e embalagens que otimizem recursos e energia e que seus métodos de produção sejam responsáveis, limpos e promovam a sustentabilidade.

### ST3 - Social

Serão premiadas mensagens que promovam a conscientização de problemas e situações de interesse para a sociedade. Esta categoria buscará recompensar o trabalho relacionado à educação, educação rodoviária, educação sexual e reprodutiva, campanhas para prevenir o uso de armas, campanhas que promovam a conscientização sobre a vulnerabilidade em crianças e idosos, campanhas para prevenir vícios, campanhas que promovam a solidariedade.

### ST4 - Gênero e diversidade

Serão premiadas as peças em que o único requisito será que elas realmente impliquem uma evolução na luta contra a desigualdade ou injustiça de gênero, manifestando a capacidade da criatividade de alcançar mudanças que vão além da marca, beneficiando o mundo. As peças por excelência serão aquelas que refutam estereótipos, desafiando todos os tipos de preconceitos e que possam também conseguir representações reais e conscientes das pessoas.

### ST5 - Inclusão, integração e não discriminação

Serão premiadas aquelas campanhas que fomentem o respeito ao próximo e a não discriminação. Peças cujas mensagens reforcem a demonstração dos esforços para reduzir a desigualdade econômica na sociedade, assim como aquelas que busquem e fomentem a igualdade e a não discriminação em temas relacionados à raça, etnia, origem, religião, capacidades diferentes e qualquer outro tipo de discriminação cultural.

## Grupo B - BEM PÚBLICO

### ST6 - Ambiente e sustentabilidade

Serão destacadas as peças que visam conscientizar sobre a importância do cuidado ambiental, campanhas que promovam e ensinem sobre o uso de materiais recicláveis e sustentáveis, campanhas que promovam a sustentabilidade e o respeito pelo meio-ambiente, campanhas que promovam o cuidado dos serviços como a água, a energia elétrica, etc. Além disso, serão premiados produtos e embalagens que otimizem recursos e energia e que seus métodos de produção sejam responsáveis, limpos e promovam a sustentabilidade.

#### **ST7 - Social e saúde**

Serão premiadas as mensagens que promovam a conscientização de problemas e situações de interesse para a sociedade. Esta categoria buscará recompensar o trabalho relacionado à educação, educação rodoviária, educação sexual e reprodutiva, campanhas para prevenir o uso de armas, campanhas para prevenir vícios, , campanhas que promovam a solidariedade e a inclusão, a não discriminação, o respeito ao próximo.

Também participarão as campanhas que promovam a conscientização sobre a saúde, a importância da higiene, pandemias e contágios, campanhas antitabagismo, conscientização e conhecimento sobre doenças, doação de órgãos, melhoria da nutrição e campanhas que promovam o exercício e o bem-estar.

#### **ST8 - Gênero e diversidade**

Serão premiadas as peças em que o único requisito será que elas realmente impliquem uma evolução na luta contra a desigualdade ou injustiça de gênero, manifestando a capacidade da criatividade de alcançar mudanças que vão além da marca, beneficiando o mundo. As peças por excelência serão aquelas que refutam estereótipos, desafiando todos os tipos de preconceitos e que possam também conseguir representações reais e conscientes das pessoas.



#### **EL OJO SPORTS (SP)**

O El Ojo Sport celebra as melhores ideias que relacionadas ao mundo do esporte e das marcas que sabem aproveitar a oportunidade que os eventos esportivos oferecem para comunicar ou se promover.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Sports da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em 1 (uma) ou mais de uma categoria, desde que obedeçam as características das mesmas.

#### **CATEGORIAS (SP):**

##### **SP1 - Mídias audiovisuais**

Comerciais, spots e conteúdos criados para serem emitidos em TV, Cinema, VOD (Video on demand), plataformas digitais, rádio ou plataformas de áudio.

## **SP2 - Plataformas digitais e sociais e influencers**

Peças, ações, aplicativos, jogos criados para serem desenvolvidos em plataformas digitais e sociais para melhorar a afinidade da marca com uma audiência ou comunidade. Poderão participar também as ações que utilizem celebrity e influencer para amplificar a mensagem da marca e envolver-se com um público-alvo.

## **SP3 - Eventos, ações e sponsorship**

Peças, ações promocionais e instalações criadas para serem desenvolvidas ou exibidas em espaços públicos interiores ou exteriores, como experiências virtuais para comunicar uma marca ou sua mensagem. Ações de patrocínio, experiências ao vivo, eventos esportivos ou criados dentro de uma estrutura esportiva desenvolvida para uma marca ou associação de marca para fins comunicacionais e promocionais, para aumentar o reconhecimento da marca e / ou ampliar sua mensagem, permitindo um relacionamento direto Com seu público alvo.

## **SP4- Gaming / E-sports**

Esta categoria está destinada a todas as peças relacionadas ao mundo dos video-games, as competições virtuais, o apoio aos gamers, etc. Como as marcas estão usando o ambiente dos jogos virtuais para realizar ações de comunicação com o objetivo de se aproximar do seu público-alvo, interagir com ele, premiá-lo, transmitir uma mensagem, vender produtos e serviços, amplificar mensagens, convocar algum tipo de ação ou reforçar sua presença institucional como marca. Podem ser comerciais, gráficas, ações, eventos, aplicativos, campanhas 360, etc.

## **SP5 - Excelência na experiência de marca**

Experiências produzidas em diferentes plataformas para ampliar a mensagem da marca e engajar o consumidor. Os vencedores desse prêmio serão a demonstração de como os anunciantes estão tentando atingir seu público para estabelecer relações significativas e inovadoras, experiências memoráveis e conquistar a participação do consumidor, estabelecendo uma conexão com a marca.

## **SP6 - Social, diversidade e Inclusão**

Ações criadas por uma marca ou organização para aumentar a conscientização e promover uma mudança nos diferentes problemas e enfrentar as disparidades baseadas na inclusão social, gênero, deficiência, origem étnica, religião ou outro status dentro do esporte ou uma comunidade relacionada ao esporte .

## **SP7 - Contexto e Atualidade**

Ações de marcas inspiradas em uma visão socio-cultural derivada das ideias, costumes, valores e estilos de vida que se encontram dentro de uma região, localidade ou momento específico, relacionadas ao esporte.

Trata-se de ações das marcas que levam em consideração um tema esportivo específico (Jogos Olímpicos, Torneios locais e internacionais, SuperBowl, etc) ou contexto de atualidade, relacionados com o esporte (Falecimento de Maradona, Covid no futebol, promoção da imagem de clubes de futebol ou outros esportes, etc).



## **EL OJO CONTEÚDO (CT)**

O El Ojo Conteúdo celebra as melhores ideias que tenham sido desenvolvidas para uma marca ou em conjunto com uma marca com o objetivo de entreter, potencializar e comunicar uma mensagem de marca ou conectar com os consumidores de uma forma inovadora, não invasiva e se veja atraído por ela.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Conteúdo da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em 1 (uma) ou mais de uma categoria, desde que obedeçam as características das mesmas.

## **CATEGORIAS (CT):**

### **CT1 - Audiovisual.**

Conteúdos criados para serem transmitidos na TV, Cinema, Video on demand, programas de TV, plataformas de streaming e outros meios audiovisuais. A duração permitida dos trabalhos apresentados é de até 20 minutos.

### **CT2 - Plataformas de Áudio e Som**

Conteúdo e podcast criados para serem publicados em programas, emissoras de rádio, seja no Rádio ou em plataformas de áudio.

### **CT3 - Plataformas digitais.**

Conteúdos criados para plataformas digitais, como site, microsites, jogos online, séries online, VR (Realidade virtual), AR (Realidade aumentada).

### **CT4 - Plataformas sociais**

Conteúdo criados em redes sociais, como aplicativos, blogs, wikis, sites para compartilhar vídeos, etc com o objetivo de criar e/ou melhorar as relações com o usuário da marca.

### **CT5 - Gaming & E-Sports**

Conteúdo criado por uma marca em que se busque a participação ou o entretenimento através de dinâmicas e mecânicas relacionadas com a indústria do gaming e/ou E-Sports.

### **CT6 - Influencers**

Conteúdo ou entretenimento que conta com a colaboração de um influenciador, celebridades, líderes de opinião para amplificar a mensagem de uma marca, assim como também conteúdo criado pelo usuário para a marca.

### **CT7 - Novas tecnologias e realidades imersivas \*Nova categoria**

Conteúdo criado para uma marca em que são utilizadas criativamente as novas tecnologias como as de realidades imersivas, conseguindo melhorar a relação com o usuário e gerar uma experiência divertida. Inclui realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR), realidade estendida (XR), IoT, NFTs, Blockchain, WoW, sistemas imersivos, etc

### **CT8 - Eventos e ações.**

Eventos e / ou ações criados e desenvolvidos por uma marca ou associação de marca para entreter e conseguir potencializar a mensagem ou a imagem de uma marca.

### **CT9 - Experiência de marca**

Experiências produzidas através de diferentes plataformas, assim como também ações e eventos produzidos na via pública e em lugares fechados, com o objetivo de amplificar a mensagem da marca e se comprometer com o consumidor. Os ganhadores deste prêmio serão a demonstração de como os anunciantes estão tentando chegar a suas audiências para estabelecer relações significativas, novas, experiências inesquecíveis e conseguir a participação do consumidor e de suas conexões únicas com suas marcas.





## **EL TERCER OJO (TO)**

El Tercer Ojo celebra aquela grande ideia que quebre paradigmas, abra novas formas de comunicar e pensar na indústria. Serão premiadas as ideias que abram novos horizontes na forma de pensar e ver a realidade, e de relacionar as marcas com os consumidores.

El Tercer Ojo reconhece as ideias que assumem riscos e que se animam a ver mais além e sair do social e culturalmente aceito da indústria e/ou abrir novas perspectivas e visões sobre um determinado tema, que signifique um avanço na forma de fazer comunicação. Uma criatividade inovadora e disruptiva que desafie o statu quo cultural, social e do ecossistema das marcas, que estimule, do ponto de vista da comunicação, um avanço na melhoria da sociedade. Ou seja,, ideias que vão mais além, que ultrapassem os limites e que construam um mundo melhor.

Este prêmio não se restringe a uma quantidade de execuções ou tipo de canais, nem estabelece limites para o tipo de mídia usada.

Poderão participar todas aquelas ideias que tenham sido publicadas, emitidas e/ou levadas a cabo entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Para cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze e; Entre os Ouros de cada categoria, o Gran Tercer Ojo de Ibero-América Latina.

Os trabalhos podem ser registrados em uma (1) só categoria.

### **CATEGORIAS (TO):**

#### **TO1 - Campanhas criadas para uma marca**

Serão premiadas as ideias criadas e geradas para uma marca.

#### **TO2 - Campanhas de Bem Público**

Serão reconhecidas aquelas ideias que correspondam a uma campanha de Bem Público gerada por fundações, ONG's, associações ambientais, voluntariados, difusão de serviços estatais e municipais, campanhas de segurança e obras públicas, campanhas de documentação, rodoviárias, educação, saúde, capacitação e emprego realizadas pelo governo.



## **EL OJO INNOVACIÓN (IN)**

O El Ojo Inovação celebra as ideias tecnológicas inovadoras que permitam a resolução de problemas. Peças que permitam que criativos, tecnólogos, marketers e comunicadores em geral, comuniquem sua mensagem e/ou a de seus clientes em novas formas, adicionando valor a suas marcas e oferecendo utilidade a seus consumidores. Ou aquelas grandes peças tecnológicas que por sua relevância dentro da indústria se destaquem por si mesmas.

Os prêmios do El Ojo Inovação serão outorgados – não exclusivamente - a projetos tais como plataformas,

aplicativos, ferramentas, programas, hardware, software e produtos físicos, que demonstrem inovação relevante para marcas e/ou indústria em geral, e aportem valor para a indústria e seus usuários.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Inovação da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em 1 (uma) ou mais de uma categoria, sempre que obedecerem as características das mesmas.

## **CATEGORIAS (IN):**

### **IN1 - Produto**

Aquelas peças físicas terminadas que demonstrem inovação em sua geração, implantação ou resultado. As mesmas podem ou não ter uma intervenção tecnológica.

### **IN2 - Tecnologia**

Aquelas peças nas quais a essência da inovação se encontre no desenvolvimento tecnológico. As mesmas podem ser app, software, dispositivos, etc.

### **IN3 - Prototipo**

Aqueles trabalhos em etapas de pré-produção ou gestação da ideia, como projetos que podem estar em processo de testes em um setor específico do mercado alvo. Os mesmos podem estar ou não associados com uma marca.



## **EL OJO CREATIVE DATA (CD)**

Este prêmio reconhecerá as melhores ideias que tenham utilizado criativamente o uso de data/ informação. Serão premiadas aquelas ações ou peças que demonstrem que o uso de dados melhorou e/ou impulsionou a execução/campanha mediante o uso criativo da interpretação, análise ou aplicação de dados. O uso criativo dos dados deve ser o centro da ideia e o impacto/resultados devem ser claros e precisos.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Creative Data da Ibero-América.

Os trabalhos poderão ser inscritos em uma (1) ou mais de uma categoria, sempre que obedecerem as características das mesmas.

## **CATEGORIAS (CD):**

### **CD1 - Melhor visualização**

Serão premiadas as peças cujo objetivo seja fazer algo útil e valioso para as pessoas a partir de dados que ninguém lembraria ou prestaria atenção. Inclui a simplificação e conversão da data em um formato estético, atraente, que faça com que o consumidor mude sua percepção de algum fato ou produto, ou modifique seu comportamento, graças a ter tido acesso a esta informação. Inclui, mas não se limita a ações dinâmicas online, estáticas ou interativas, infografias em tempo real, instalações visuais e/ou ativações.

### **CD2 - Tempo Real**

Serão premiadas as peças em que a data seja parte central da ideia, e a chave para gerar a relação com os consumidores. Sem o uso da data em tempo real a ideia não existiria. A data deve alimentar de forma constante a ação levada adiante, melhorando a experiência e a percepção dos consumidores, e até chegando criativamente à personalização.

### **CD3 - Melhor experiência**

Serão premiadas aquelas peças onde a ideia é alimentada, construída ou melhorada, graças ao uso de dados. Os dados devem ter sido uma parte fundamental do design da campanha, do produto ou da solução. O tipo de dados e como ele foi usado deve ser detalhado.

### **CD4 - Pesquisa e integração de dados \*Nova categoria**

Serão premiadas aquelas ideias que demonstrem como a pesquisa baseada em dados e a integração destes, colaboraram para planejar uma campanha criativa e/ou uma estratégia de marca mais sólida.



## **EL OJO EFICÁCIA (EF)**

O El Ojo Eficácia celebra as melhores ideias que tenham conseguido um impacto mensurável e provado no negócio do cliente. Essa criatividade que todos os profissionais da indústria perseguem, a que consegue afetar o comportamento do consumidor e por tanto, a marca, as vendas e seus objetivos.

Serão avaliados os resultados conseguidos levando em consideração os objetivos colocados, graças a estratégias e implementações criativas. Em resumo, o El Ojo Eficácia terá o trabalho de revelar aquelas peças em que se destaque a efetividade da criatividade nos resultados buscados pelo cliente.

Poderão participar aqueles cases que com sua criatividade e estratégia tenham obtido resultados significativos para o cliente no período compreendido entre 1º de janeiro de 2020 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Eficácia da Ibero-América.

As peças inscritas neste prêmio, terão a possibilidade de participar em dois (2) grupos:

### **Grupo A - PRODUTOS E SERVIÇOS**

Os trabalhos poderão ser inscritos em uma (1) só categoria correspondente a produtos e serviços (EF1 a EF4).

### **Grupo B – MÍDIA E OBJETIVOS**

Serão levados em consideração os objetivos planejados para a campanha. Os cases poderão participar de uma (1) ou mais categorias do Grupo B sempre e quando corresponder (EF5 A EF15).

## **CATEGORIAS (EF):**

### **Grupo A - PRODUTOS E SERVIÇOS**

#### **EF1 - Alimentos e bebidas**

Congelados, conservas, carnes, peixes, frios, ovos, leites, leites achocolatados, bebidas a base de soja, iogurtes, iogurtes, queijos, cremes, massas, arroz, pizzas, molhos, sopas, azeites, vinagres, temperos, especiarias, frutas, vegetais, farinhas, açúcar, alimentos para crianças, tortas, sobremesas, geleias, doce de leite, mel, pães, cereais, barras de cereais, frutas secas, biscoitos, snacks, sorvetes, chocolates, balas, pirulitos, chicletes, etc. Águas minerais, águas saborizadas, refrigerantes, sucos, cafés, chás, aperitivos a base de ervas, bebidas energizantes, cervejas, cerveja sem álcool, vinhos, champagne, sidras, vodkas, licores, whiskys, coquetéis, aperitivos, bodegas, etc.

#### **EF2 - Produtos**

Alimentos, guloseimas, bebidas, saúde, artigos de cuidado pessoal e farmacêuticos, tecnologia, artigos para o lar, automóveis, etc.

#### **EF3 - Serviços**

Companhias de serviços públicos, privados, instituições e serviços financeiros, comércios abertos ao público, supermercados, lojas online, mídia, entretenimentos, recreação, transporte, turismo, etc.

#### **EF4 - Institucional, patrocínios e RSE**

Campanhas realizadas com o objetivo de elevar o perfil e construir a imagem de uma marca e comunicar o propósito da companhia, campanhas de RSE não baseadas em produtos, dirigidas a abordar temas sociais, éticos e ambientais, etc.

### **Grupo B - MÍDIA E OBJETIVOS**

#### **EF5 - Estratégia no lançamento e ativação de marca**

Ações geradas para o lançamento ou relançamento de uma marca ou produto, assim como também campanhas de fidelização dirigidas à manutenção de uma relação duradoura com o cliente e/ou a construção de marca.

#### **EF6 - Estratégia no uso da mídia**

Ações em que a escolha da mídia utilizada faz a efetividade da campanha. O uso estratégico da mídia escolhida é o pilar do sucesso da campanha.

#### **EF7 - Êxito sustentado**

Ações ou campanhas de produtos ou serviços que tenham mantido sucesso durante um período de 3 ou mais anos. Essas campanhas devem demonstrar sua eficácia ao longo do período.

#### **EF8 - Real time marketing**

Ações de marketing e / ou mensagens de marca atrativas relacionadas a um evento / notícia que acontece naquele exato momento para gerar um resultado viral e capaz de alcançar relevância nas redes sociais e no mundo online. Os resultados são gerados a partir de uma resposta em tempo real do evento mencionado

#### **EF9 - Estratégias interativas**

Serão premiadas essas ideias onde a marca realizou ações, eventos e / ou ativações, gerando uma interação com o consumidor. Essa interação pode ser apresentada de diferentes formas, inclusive digitalmente, o importante é que uma relação entre o usuário-consumidor e a marca possa ser desenvolvida. Os vencedores desse prêmio serão aqueles que

demonstrarem como os anunciantes estão tentando alcançar seu público para estabelecer relacionamentos significativos e inéditos, experiências memoráveis e conquistar a participação e a interação do consumidor com a marca.

#### **EF10 - Estratégia, posicionamento e criatividade**

Celebra as ideias que criam um novo caminho / posicionamento conceitual para a marca. Aquelas ideias que conseguiram redefinir uma marca graças à contribuição conjunta entre o profissional de marketing, o planner e o criativo. O júri premiará o esforço estratégico que conseguiu posicionar a marca em um novo e mais alto nível.

#### **EF11 - Campanhas de baixo orçamento**

Ações ou campanhas de produtos ou serviços que obtiveram resultados muito bons a partir de um investimento total de menos de USD 100.000,00 (produção + mídia).

#### **EF12 - Marketing Promocional**

Serão reconhecidas aquelas ideias que constroem comunicações estratégicas num momento especial, sazonal, numa data festiva ou na pátria como contexto cultural, em relação a um determinado público.

#### **EF13 - Marketing de atualidade**

Trabalhos que efetivamente capitalizaram a importância, o interesse ou a relevância imediata dos eventos atuais por meio de uma estratégia de relações públicas ou marketing específica em relação a esses eventos. Exemplo: casos sobre Covid-19, desastres naturais, etc.

#### **EF14 - Transformação empresarial**

Nesta categoria serão reconhecidas as ideias que contribuam para a transformação de uma empresa, que promova soluções no negócio e na rentabilidade para os clientes. Abrange a transformação operativa, com ideias que transformam as operações de negócios dos clientes; as ideias e experiências que proporcionaram novas vivências para o cliente; uma nova tecnologia que tenha sido usada para transformar uma função comercial, gerando novos negócios; o design de produtos inovadores que mudaram com sucesso o modelo ou a oferta de um negócio; entre outras ideias que promoveram mudanças estruturais.

#### **EF15 - Propósito com resultados**

As peças ou ações devem demonstrar como o propósito da marca criou valor e impactou as comunidades ao conectar o anunciante a um público-alvo ou a toda a sociedade, a partir de suas necessidades e interesses compartilhados, geralmente relacionados às questões sociais, ambientais, de saúde e / ou culturais, que contribuam para melhorar a vida desse público-alvo ou da sociedade em geral, gerando mudanças que vão ao encontro das transformações inicialmente propostas.



### **MELHOR IDEIA LATINA PARA O MUNDO (IL)**

O El Ojo celebra as melhores ideias criadas tanto por profissionais latinos que se desempenham em uma agência ou empresa na Ibero-América, assim como também por todos os latinos (com um papel relevante) que se desempenham fora da Ibero-América em uma agência ou empresa de qualquer país do mundo.

Muitos profissionais ibero-americanos são hoje líderes de importantes empresas internacionais e dentro delas trabalham para todo tipo de marcas locais em seu país de trabalho e, inclusive para marcas mundiais. Por sua vez, agências latinas participam com sua criatividade de campanhas globais, ou diretamente para anunciantes em outras partes do planeta. É por isso que o El Ojo conta com este prêmio, para continuar apoiando e estimulando o talento latino na região e no mundo.

Os trabalhos inscritos devem ter sido publicados, implementados e / ou emitidos pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo da Melhor Ideia Latina para o Mundo.

É importante ressaltar que este prêmio soma pontos para o ranking de Agências, Agências Independentes, Criativos / as, Produtores, Diretores / e Rede da Ibero-América (desde que a agência seja da Ibero-América).

Os cases inscritos neste prêmio poderão participar em uma só categoria e em um dos dois (2) grupos:

### **Grupo A - IDEIAS DA IBERO-AMÉRICA PARA O MUNDO**

Peças, campanhas e casos criados e / ou produzidos por agências / empresas da América Latina para serem publicados em qualquer país do mundo ou, trabalhos realizados dentro de um país da Ibero-América, seja localmente ou regionalmente, mas que o trabalho tenha alcançado relevância Internacional (IL1 ou IL2)

### **Grupo B - IDEIAS DE LATINOS NO MUNDO**

Peças, campanhas e casos criados e / ou produzidos por agências / empresas não latino-americanas a serem publicadas local, regional ou globalmente em qualquer país do mundo, onde a ideia deve ter surgido de latinos ou sob a liderança de um latino, desde seja do lado da agência (o diretor geral de criação, o diretor de criação, o diretor de arte ou o editor), o produtor e / ou o diretor e também um latino do lado do anunciante. Todos os dados devem ser incluídos na ficha técnica de inscrição (IL3).

## **CATEGORÍAS (IL):**

### **Grupo A - IDEIAS DA IBERO-AMÉRICA PARA O MUNDO**

#### **IL1 - Ideias da Ibero-América para o mundo.**

Peças, campanhas e cases criados e / ou produzidos por agências / empresas na Ibero-América para serem publicados em qualquer país do mundo (devem ter sido publicados, emitidos e / ou realizados, pelo menos, em um país fora da Ibero-América).

#### **IL2 - Ideias da Ibero-América com relevância internacional.**

Peças, campanhas e cases criados e / ou produzidos por agências / empresas da Ibero-América para serem publicados dentro de um país da Ibero-América, seja local ou regionalmente, mas que o trabalho tenha alcançado relevância internacional.

### **Grupo B - IDEIAS DE LATINOS NO MUNDO**

#### **IL3 - Ideias de latinos que vivem fora da Ibero-América**

Peças, campanhas e cases criados e / ou produzidos por agências / empresas não ibero-americanas para serem publicados em nível local, regional ou global em qualquer país do mundo, onde a ideia deve ter surgido de latinos ou sob a liderança de um latino para um marca ou companhia.



**EL OJO PRODUÇÃO AUDIOVISUAL - CRAFT (PA)**

O El Ojo Produção Audiovisual tem o objetivo de reconhecer o melhor talento na execução e na técnica em cada uma das peças audiovisuais inscritas, já que a excelência contribui de maneira relevante para o êxito da ideia. Uma grande ideia com uma grande produção contribui com o sucesso da primeira.

O El Ojo Produção busca reconhecer o trabalho dos diretores, editores, fotógrafos, roteiristas, diretores de arte, músicos e as empresas que com seu esforço e dedicação buscam a originalidade e qualidade que distinga cada um dos trabalhos, transformando-os em uma peça única.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Produção Audiovisual da Ibero-América.

Poderão participar os trabalhos que tenham sido dirigidos e/ou produzidos por profissionais e/ou empresas latinas e que tenham sido emitidos na Ibero-América ou fora da região.

As peças deste prêmio poderão participar em dois grupos. Segundo o formato no Grupo A ou Grupo B, e além disso, no Grupo C.

### **Grupo A – COMERCIAIS**

Neste grupo participarão comerciais realizados por ou para uma marca que tenha sido publicada em TV, cinema, VOD (Video on demand) e/ou plataformas digitais. As peças poderão ser inscritas como peças individuais ou como parte de uma campanha em mais de uma (1) categoria (PA1 a PA7).

Duração máxima dos arquivos até 180 segundos.

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

Neste grupo participarão vídeos institucionais, curtas, trailers, documentários, videoclips, fashion films, séries, videocases e todos o conteúdo criado por ou para uma marca. As peças poderão ser inscritas como peças individuais ou como parte de uma campanha em mais de uma (1) categoria (PA8 a PA12).

Duração máxima dos arquivos até 20 minutos.

### **Grupo C - MELHOR PÓS-PRODUÇÃO**

Neste grupo participarão comerciais, como vídeos institucionais, curtas, trailers, documentários, videoclips, fashion films, séries, videocases e todos o conteúdo criado por ou para uma marca. As peças poderão ser inscritas como peças individuais ou como parte de uma campanha em mais de uma (1) categoria (PA13 a PA16).

Duração máxima dos arquivos até 20 minutos.

## **CATEGORIAS (PA):**

### **Grupo A - COMERCIAIS**

**PA1 - Fotografia**

**PA2 - Direção de Arte**

**PA3 - Direção**

**PA4 - Produção Integral**

**PA5 - Baixo Orçamento (Até USD 20.000)**

**PA6 - Direção de atores**

**PA7 - Roteiro**

### **Grupo B - OUTROS FORMATOS**

**PA8 - Fotografia e Direção de Arte**

**PA9 - Direção**

**PA10 - Produção integral**

**PA11 - Direção de atores**

**PA12 - Roteiro**

### **Grupo C – PÓS-PRODUÇÃO**

**PA13 - Animação**

**PA14 - Efeitos visuais**

**PA15 - Correção de cor**

**PA16 - Edição**



### **EL OJO JOVENS DIRECTORES/AS DE CENA (JR)**

As transformações na indústria das comunicações e a revolução digital impactaram na forma de fazer criatividade e atraíram ao mercado uma nova geração de diretores e diretoras de cena que chegaram à indústria para marcar uma nova época, com um olhar fresco e profundos conhecimentos sobre novos formatos, plataformas, linguagens e estéticas.

O objetivo deste novo prêmio é dar visibilidade às novas gerações de diretores/as, suas formas de produzir, de olhar e suas novas linguagens narrativas e divulgá-los entre agências, anunciantes e a mídia.

Poderão participar trabalhos de jovens profissionais que tenham até 35 anos de idade em 31 de dezembro de 2022, que sejam estudantes ou que estejam trabalhando. Poderão se apresentar de forma individual ou em grupo.

Poderão inscrever os trabalhos diretamente os próprios diretores ou as produtoras onde trabalham. Poderão ser apresentados trabalhos realizados para uma marca assim como trabalhos realizados sem marca.



Os trabalhos apresentados não podem incluir material que não sejam de sua própria autoria (música, textos, fotografias ou imagens em movimento, atores, locuções, etc, salvo que contem com a respectiva autorização por parte de seus autores. Poderá ser incluído material que esteja livre de direitos ou sob licença creative commons.

Poderão participar comerciais, curtas, documentários, videoclipes, vídeocases, séries, etc, e os trabalhos poderão ter até 20 minutos de duração.

Por cada categoria serão entregues os seguintes Prêmios: Ouro, Prata e Bronze.

Os prêmios obtidos somam pontos para os reconhecimentos para Melhor Produtora e Melhor Diretor/a de Cena, tanto a nível local quanto regional.

As peças inscritas neste prêmio terão a possibilidade de participar de uma (1) das duas (2) categorias.

## **CATEGORIAS (JR):**

### **JR1 - Trabalhos realizados por ou para uma marca**

Os trabalhos que participam desta categoria deverão ter sido publicados e/ou emitidos entre 1º de janeiro de 2020 e 2 de outubro de 2022. Além disso, devem contar com a aprovação do anunciante.

### **JR2 - Trabalhos sem marca atrás**

Os trabalhos que participam desta categoria poderão ser realizados especialmente para o Festival ou ter sido criados anteriormente, sem importar se foram ou não publicados e/ou emitidos em algum meio de comunicação ou suporte.



## **EL OJO PRODUCCIÓN DE ÁUDIO & SOM - CRAFT (PS)**

O El Ojo Producción de Áudio & Som reconhecerá o trabalho e o talento na execução e na técnica em cada uma das peças inscritas, premiando não apenas comerciais e spots de rádio, mas também clipes de vídeo, documentários e curtas-metragens.

Uma grande ideia com uma grande música e som contribue com o sucesso da primeira.

Este prêmio busca reconhecer o trabalho dos produtores de áudio e som, assim como de músicos, editores, engenheiros de som, produtores e empresas que buscam, com esforço e dedicação, a originalidade e qualidade que distinguem cada uma das obras, transformando-a em uma peça única.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e / ou emitidas pela primeira vez entre 1º de janeiro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

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

Poderão participar os trabalhos que tenham sido produzidos por profissionais e/ou empresas latinas e que tenham sido emitidos na Ibero-América ou fora da região.

As peças inscritas neste prêmio terão a possibilidade de participar em uma (1) ou mais de uma (1) categoria.

**CATEGORIAS (PS):**

**PS1 - Uso de música original**

**PS2 - Música adaptada**

**PS3 - Design e efeitos de som**

**PS4 - Jingle**

**PS5 - Branding sonoro \*Nova categoria**



**EL OJO PRODUCCIÓN GRÁFICA - CRAFT (PG)**

O El Ojo Producción Gráfica tem o objetivo de reconhecer o talento na execução e na técnica em cada uma das peças inscritas, já que a excelência contribui de maneira relevante para o êxito da ideia.

O El Ojo Producción vê mais além e busca reconhecer o trabalho dos redatores, designers, fotógrafos, diretores de arte, ilustradores e as empresas que com seu esforço e dedicação buscam qualidade que distinga cada um dos trabalhos, transformando-os em uma peça única.

As peças inscritas neste prêmio poderão ser impressas ou digitais, e será premiada a melhor de sua categoria.

As peças inscritas devem ter sido publicadas e/ou emitidas pela primeira vez entre 1º de setembro de 2021 e 2 de outubro de 2022.

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze; e entre os ouros de cada categoria, será escolhido o Gran Ojo Producción Gráfica da Ibero-América

**CATEGORIAS (PG):**

**PG1 -Melhor Copy**

**PG2 - Melhor Direção de Arte**

**PG3 - Melhor Fotografia original**

**PG4 - Melhor Ilustração**



## PREMIO ESPECIAL EL OJO +MUJERES (MC)

Com o objetivo de amplificar, dar mais visibilidade e promover o aumento da presença das mulheres na criação de ideias de comunicação, nas equipes criativas, na direção de comerciais e nos cargos de liderança das agências e produtoras, o El Ojo de Ibero-América criou em 2019 o prêmio + Mulheres.

O objetivo deste prêmio é estimular a diversidade e a representatividade nas equipes criativas e na realização do conteúdo audiovisual, contribuindo assim para um olhar mais amplo da realidade.

A participação neste prêmio é gratuita e sem nenhum custo para as peças que tenham sido inscritas em algum dos diferentes prêmios da edição 2022 do Festival. O requisito é ter mulheres nas posições relevantes indicadas para este reconhecimento (devem estar nos cargos correspondentes nas fichas técnicas carregadas no site da inscrição).

**IMPORTANTE:** As peças que obedeçam os requisitos anteriores deverão ser inscritas no Prêmio +Mulheres, indicando no momento de preencher a ficha técnica a profissional criativa ou diretora de cena participante.

Este prêmio somará pontos para o El Ojo ao Desempenho pela Ibero-América e Local (Melhor Agência, Agência Independente, Diretora Criativa, Produtora, Diretora de cena e Rede de Comunicação da Ibero-América).

Por cada categoria serão entregues os seguintes prêmios: Ouro, Prata e Bronze.

### CATEGORIAS (MC):

#### **MC1 - +Mulheres criativas**

Poderão participar deste prêmio apenas as peças, ideias, campanhas ou cases que tenham uma ou mais mulheres nos cargos de liderança na área criativa: Presidentas (do âmbito criativo), CCO, VP Criativa, Diretora Geral Criativa, Diretora Criativa Digital, Diretora Criativa e Head of Art.

#### **MC2 - +Mulheres Realizadoras**

Poderão participar deste prêmio apenas as peças, ideias, campanhas ou cases que tenham uma ou mais mulheres como Diretora de Cena da peça.



### EL OJO AO DESEMPEÑO DO ANO (IBERO-AMÉRICA)

Serão distinguidos com este prêmio os melhores da Ibero-América nas seguintes categorias: Agência, Agência Independente, Diretor/a de Criação, Produtora, Diretor/a de cena, Anunciante e Rede de Comunicação da região. As empresas e/ou profissionais somarão pontos com as peças inscritas que cheguem a ser finalistas ou ganhadoras nos diferentes prêmios apresentados pelo Festival a nível ibero-americano e internacional, não nos prêmios locais.

Para participar deste prêmio as **Agências** devem ter inscrito o material no Festival e, nestes casos, poderão somar pontos pelas peças inscritas por elas mesmas, assim como também pelas peças inscritas pelas produtoras e/ou anunciantes sempre e quando estas empresas estiverem incluídas nas fichas técnicas no campo “Agência principal”, do site de inscrição online.

No caso das **Produtoras** devem ter inscrito material no Festival e, nesses casos, poderão somar pontos pelas peças inscritas por elas mesmas, nos diferentes prêmios do Festival. Além disso, poderão somar pontos pelas peças que as agências e/ou anunciantes inscreverem nos seguintes prêmios: Film, Produção Audiovisual, Sustentável, Produção de Áudio & Som. Jovens Realizadores e El Ojo +Mulheres Realizadoras, sempre e quando estas empresas estiverem incluídas nas fichas técnicas no campo **“Productora”** do site de inscrição online.

No caso dos/das **Diretores/as de Criação**, se a agência onde se desempenha (ou se desempenhava no momento de criação da ideia) inscreveu material no Festival poderão somar pontos pelas peças inscritas por eles/elas mesmos/as, pela agência, pela produtora e pelo anunciante, sempre e quando estiverem incluídos nas fichas técnicas, subidas no site de inscrição online no campo “Referente Criativo”. Para isto, em cada inscrição deverá ser indicado nesse campo a pessoa ou dupla que lidera criativamente a empresa (CCO, VP de Criação, DCE, DGC).

No caso dos **Diretores/as de cena, se a produtora onde se desempenha (ou se desempenhava no momento de realização da peça) inscreveu trabalhos no Festival** poderão somar pontos pelas peças inscritas por eles/elas mesmos/as, pela agência, pela produtora e pelo anunciante, sempre e quando estiverem incluídos nas fichas técnicas no campo “Realizador/a”, subidas no site de inscrição online.

No caso de Anunciantes, poderão somar pontos para as peças cadastradas por eles próprios, pela agência ou produtora, sempre e quando estiverem incluídas nas fichas técnicas no campo "Anunciante", do site de inscrição online.

Nos casos em que uma peça seja premiada e presente na ficha técnica mais de uma empresa no campo Agência e/ou Productora, cada empresa participante receberá o total dos pontos obtidos correspondentes ao prêmio designado (metais ou finalista) sempre e quando estas empresas tenham inscrito e estejam participando do Festival. Caso uma das empresas não estejam participando, não poderá somar pontos.

O Festival não se responsabilizará se a inscrição não tiver sido realizada corretamente e os campos não tiverem sido preenchidos da forma adequada no momento de realizar a inscrição.