



# EL OJO *news*

29

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

AÑO 6 / EDICION 29 - 22 de noviembre de 2010  
Buenos Aires, Argentina. Distribución Gratuita

Reserva de espacios publicitarios próximas ediciones 2010:  
T: 054 11 5554 8422.  
C: elojonews@elojodeiberoamerica.com

## Lo más destacado de cada país Hoy se entrega El Ojo Local

A la espera de la primer Gala de Premiación, un análisis sobre los finalistas de cada país/región de Iberoamérica.

## Brasil, Argentina y España, arriba en el *shortlist*

### Lo mejor de Iberoamérica en innovación

Con gran expectativa, hoy se conocerán los ganadores de El Ojo Innovador.

## Las marcas que acompañan al festival Juntos en El Ojo

El Ojo ofrece entretenimiento, sorteos y actividades junto a las marcas más importantes. En esta edición, algunos detalles de lo que se verá en los tres días.

### Agenda Lunes 22

**8.00** Apertura de área de Exposiciones, Stands, Salas de Prensa y Sala de Proyecciones/Workshops.

**9.00 a 13.00 y 14.00 a 18.00** Proyección de finalistas: *El Ojo Innovador, Directo, El Tercer Ojo, Campañas Integradas, Sustentable y Mundial*. Sala de Proyecciones/Workshops.

**9.45** Conferencia: "*La estampida: conozca a la nueva clase media digital*". Por Joseph Crump, VP de Estrategia y Planning de Razorfish Worldwide. **Salón de Conferencias.**

**11.00** Conferencia: "*La mirada latina del desafío digital*". Por Sergio Mugnaini, director creativo interactivo de Almap BBDO Brasil; Mario Sánchez del Real, director general creativo de Netthink/Isobar España y Fernando Barbella, director creativo interactivo de BBDO Argentina. **Salón de Conferencias.**

**14.00** Conferencia: "*La entidad deportiva y sus patrocinadores: Formadores de contenido*". Por Nelson Martínez Filho, director de Sports de Getty Images para Latinoamérica y Marisabel de León gerente general de JWT Panamá. **Salón de Conferencias.**

**15.10** Conferencia "*El Renacimiento del marketing*". Por Rishad Tobaccowala, Chief Strategy & Innovation Officer de VivaKi Worldwide. **Salón de Conferencias.**

**16.40** Conferencia "*Naturaleza humana*". Por Mark Tutssel, director creativo mundial de Leo Burnett Worldwide. **Salón de Conferencias.**

**18.15** Acreditación para Ceremonia de Premiación.

**19.00** Coffe Break. **Salón Principal.**

**19.45** Ceremonia de premiación de *El Ojo Local 2010, El Ojo Innovador y Mejores Postales Publicitarias y El Ojo en la Producción.*

**22.00** Cierre de las actividades del día.

# Comenzó la fiesta única de la publicidad regional



Arrancó *El Ojo de Iberoamérica 2010*. Una vez más, el festival vuelve a sorprender, esta vez con mayor énfasis en la integración y la interacción. En el primer día de conferencias: **Mark Tutssel, Rishad Tobaccowala, Joseph Crump, Sergio Mugnaini, Mario Sánchez del Real, Fernando Barbella y Nelson Martínez Filho** junto a Marisabel de León.

Los encargados: Raposo, Ortiz, Bigio, Sanches, Puebla, Romano, Techera, Labertini y Piranda

## Los Presidentes del Jurado de El Ojo 2010

El Ojo incorpora desde este año una nueva instancia en su proceso de votación: los presidentes de los jurados de cada categoría eligen -ya desde el sábado- entre los oros seleccionados por los más de 300 jurados del premio, los Grandes Ojos 2010.



En esta edición, los finalistas de Innovador, Mejores Postales Publicitarias y El Ojo Local (Desempeño y Piezas)

ESTE AÑO LAS INSCRIPCIONES ALCANZARON UN TOTAL DE 4605 PIEZAS.

# Acts, not ads.

## La integración se afianza en El Ojo de Iberoamérica 2010

El Ojo llega firme a su décimotercera edición. El evento que año a año reúne lo mejor de la industria publicitaria regional e internacional, este 2010 alcanzó un total de 4605 piezas inscriptas, un 10% más que en 2009. En esta oportunidad, la integración y la interacción serán nuevamente temas claves en el evento, y en este sentido, de los catorce premios que se entregan en el festival, 12 de ellos han crecido en entradas, en algunos casos hasta el 100%.

Arrancó la XIII edición del festival internacional El Ojo de Iberoamérica que, desde hoy hasta el 24 de noviembre, será punto de reflexión y debate de la publicidad latina. Este año, el total de piezas que compiten por el deseado premio es de 4605, creciendo un 10% respecto a 2009, un número más que positivo en el año posterior a la crisis internacional. Además, los presidentes del jurado ya se encuentran desde el sábado eligiendo los Grandes Ojos 2010.

Una vez más, El Ojo demostró su solidez y su fuerte apuesta por la innovación, convocando a los más relevantes trabajos, profesionales y empresas de la región, y convirtiéndose nuevamente en una experiencia que merece ser vivida.

En línea con las tendencias mundiales que apuntan al afianzamiento de la integración de los canales de comunicación, uno de los premios que más creció fue El Ojo Campañas Integradas, más del 100% respecto a 2009. Al mismo tiempo, en una industria cada vez más interesada en el consumidor, generando experiencias, diálogo e intercambio, las categorías de Vía Pública (en nuevos formatos), El Tercer Ojo, El Ojo Innovador y El Ojo PR, crecieron todas alrededor de un 50%. Por otra parte, tanto Gráfica, entre las categorías tradicionales como Interactivo, Directo, Promo y Contenido, mantuvieron sus estándares en referencia a 2009; y Cine/TV y Radio, sufrieron un leve decrecimiento.

Así, compiten este año un total de 1129 piezas gráficas, 832 comerciales de televisión, 492 trabajos de vía pública, 450 spots de radio, 398 casos de publicidad interactiva, 270 casos de innovación en medios, 164 campañas de marketing directo, 156 casos de marketing promocional, 72 campañas integradas, 46 casos de contenido para marcas y 30 grandes ideas

que aspiran a llevarse El Tercer Ojo. Además, 55 casos de Relaciones Públicas, 91 los premios técnicos y 420 trabajos inscriptos a los Premios Especiales, los Nuevos Talentos y los Nuevos Realizadores completan el material ingresado al festival.

### NOVEDADES 2010

El Ojo siempre se caracterizó por ser un festival innovador y por responder a las necesidades del mercado y de sus profesionales. Mantenerse al día con lo que viene en la industria de la comunicación es uno de los principales objetivos del evento, y por todo esto, sigue adelantando novedades para esta nueva edición.

De esta manera, como uno de los puntos fuertes de 2010 y a pedido de muchos de los profesionales que participan de El Ojo todos los años, el Festival ha decidido sumar una nueva instancia en su proceso de votación: un jurado especial compuesto por los presidentes de cada una de las categorías, que tendrá la labor de elegir entre los oros de cada premio, los Grand Prix de cada disciplina. Ellos son: **Leandro Raposo**, de McCann Erickson España (Cine/TV); **Juan Carlos Ortiz**, de DDB Latina (El Tercer Ojo y El Ojo Campañas Integradas); **Gastón Bigio**, de Ogilvy Latina (Vía Pública); **Luiz Sanches**, de Almap BBDO (Gráfica); **Chacho Puebla**, de Leo Burnett Iberia (Radio); **Manuel Techera**, de JWT México (Innovador) **Bruno Lambertini**, de Circus México (Promo); **Fernanda Romano**, de Euro RSCG Worldwide (Interactivo) **Rui Piranda**, de Giovanni + Drafftcb (Directo).

Además, siguiendo con las novedades, en esta edición 2010, se incorporaron tres premios especiales, que se ajustan a la coyuntura actual. Ellos son: **El Ojo Mundial**, **El Ojo Bicentenario** y **El Ojo Sustentable**.

El Ojo 2010 en números		
2010	2009	
1129	1109	Gráfica
832	1025	Cine/TV
450	512	Radio
398	311	Interactivo
492	310	Vía Pública
270	171	Innovador
164	134	Directo
156	112	Promo
55	36	PR
46	34	Contenido
72	31	Campañas Integradas
30	20	Tercer Ojo
91	70	Producción
420	310	Premios Especiales

### ECUENTRO Y APRENDIZAJE

En su edición 2010, El Ojo vuelve a organizar el Ciclo de Conferencias y Capacitación más relevante de la región. Se trata de 18 profesionales reunidos en tres días de preparación intensiva, una oportunidad única en la región de codearse con los más grandes. Participan: **Mark Tutssel**, de Leo Burnett Worldwide; **Bob Greenberg**, de R/GA; **Lars Bastholm**, de Ogilvy Nueva York & Ogilvy Norteamérica; **Rishad Tobaccowala**, de VivaKi Worldwide; **Neil Dawson**, de DDB Worldwide; **Leandro Raposo**, de McCann Erickson Madrid; **Chavo D'Emilio**, de TAG BUE; **Adilson Xavier**, de Giovanni+Drafftcb; **Aurélio Lopes**, de Drafftcb Latinoamérica; **Fernanda Romano**, de Euro RSCG Interactive Worldwide; **Sergio Mugnaini**, de Almap BBDO; **Mario Sánchez del Real**, de Netthink Isobar; **Fernando Barbella**, de BBDO Argentina; **Joseph Crump**, de Razorfish Worldwide; **Jesús Arévalo García**, de Microsoft Latinoamérica; **Nelson Martinez Filho**, de Getty Images Latinoamérica; y **Alex Mehedff**, productor ejecutivo y socio de Hungry Man Brasil.

### Revista más barata Fiat Ducato

La revista llegó a los quioscos un 10% más barata porque se entregó con el nuevo Fiat Ducato, que es un 10% más económico que el modelo anterior.



### Fiat Campaña Nuevo Uno

Una de las campañas brasileñas más recordadas de 2010, incluyendo comercial de TV y anuncio en 3D.

### Ventanas Emirates Airlines

Recursos de proyección y audio simularon en salas de cine de São Paulo la sensación de ver una película en una de las aeronaves de Emirates Airlines.

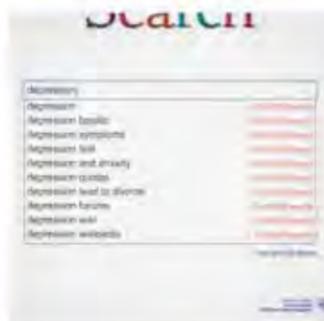


### Nuevos Tiempos Fiat 500

La película mostró que para que un auto esté realmente nuevo no basta que sea moderno dentro y fuera, sino que tiene que tener un espíritu moderno.

### Tú, bella en la Foto Koleston

En un espacio instalado delante de un centro de emisión de documentos en São Paulo, se proporcionó a las mujeres una sesión de belleza antes que un profesional les hiciera una foto tamaño carnet para poner su documento.



### Resultados CVV

La campaña comprobó con un estudio que nadie está solo, incluso cuando se siente así.

### Usados Concesionarios Fiat

La campaña incrementó las ventas de Fiat al valorar los modelos de la competencia.



### SMS Fiat Linea

Para convencer a la gente de que el SMS voice reader de Fiat Linea es esencial, la campaña enseñó los riesgos a los que se exponen las personas al leer mensajes mientras conducen.



EL OJO DE IBEROAMERICA 1998 - 2010: 13 AÑOS APOYANDO EL DESARROLLO DE IBEROAMÉRICA

# Ayer y hoy, junto a la publicidad latina

**1998** - Nace *El Ojo de Iberoamérica* con motivo del cuarto aniversario de *LatinSpots*, como un reconocimiento a los profesionales de la región. Recibe gran convocatoria de figuras de todos los puntos de Iberoamérica.

**1999** - Nueva edición de *El Ojo* en su formato original. Vuelve a recibir gran respuesta y nivel de invitados.



Se pide a los participantes del premio al Desempeño que envíen piezas al festival.

Se funda el **Libro Anuario** con las mejores piezas de la región que viene con un DVD Rom con todo el material enviado. *El Ojo* se convierte en el primer festival en ofrecer en el mismo evento una compilación de todo el material inscripto.



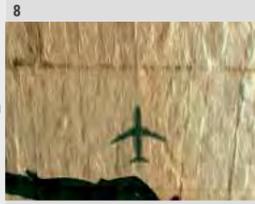
Se abre la inscripción de piezas y se incorpora en forma pionera la inscripción y votación de los premios en forma *online*.

Se implementan los premios El Ojo Interactivo y El Ojo Innovador. El primer Gran Ojo de Innovador se lo lleva Pierluigi de Vegaolmosponce para Axe (en internet no se entrega Gran Ojo).

La comunidad se lleva el Gran Ojo de Cine/TV por su comercial *Bebé* y la campaña *Una vez vi MTV*, para MTV (6). La mejor pieza de gráfica es *Después de los 70* de Almap BBDO para Fundación Eye Care (5), y la mejor campaña, *Jirafa-Oso Polar-León* de Del Campo Nazca S&S para el Zoo de Buenos Aires. En radio, gana la pieza y campaña *Eteban*, de DDB Argentina para Eveready.

DoubleYou recibe el primer Gran Ojo interactivo por Nike San Silvestre Vallecana, de DoubleYou para Nike.

Sombra, de JWT Argentina para Aerolíneas Argentinas (8) es el mejor comercial de la región.



**1998 - 1999 - 2000**

**2000** - *El Ojo* incorpora un escenario y conferencias. Llegan **Keith Reinhard, Marcello Serpa, Fernando Vega Olmos, Washington Olivetto, Mario Pergolini, José María Píera y Julio Wallovits, Juan Cravero y Darío Lanis, PJ Pereira y Pedro Cabral y Alberto Ponte, Sebastián Wilhem y Leandro Raposo.**

**2001**

El comercial *Bostezo*, de Agulla & Baccetti para Telecom (2) dirigido por Fabián Bielinski gana el primer Gran Ojo Cine/TV. La campaña *Ojos*, de F/Nazca S&S para SOS Mata Atlántica (1) hace lo propio con el Gran Ojo de gráfica. *Paletete*, de Publiart Euro RSCG para Fundación Filippi se queda con el de Radio.

Ganan el premio al Desempeño del Año **Agulla & Baccetti** (Agencia), **Fábio Fernandes y Marcello Serpa** (Directores Creativos), **Peluca Films** (Productora), **Peluca** (Realizadores), **Telecom Argentina** (Anunciante) y **Leo Burnett Latinoamérica** (Red).

Ofrecen conferencias **Joaquín y José Mollá, Carlos Pérez, Simón Bross, Rodrigo Figueroa Reyes, Edi Flehner, Jacques Séguéla, José María Pujol, Johan Kramer, Nizan Guanaes, Fábio Fernandes y Toni Segarra.**



**2002**

Ganan los Grandes Ojos el comercial *Metamorfosis* de Vegaolmosponce para Unilever, la campaña de Cine/TV Para todos de McCann-Erickson Argentina para Coca Cola (4), la campaña gráfica *Mizuno Wave* de Almap BBDO para Sao Paulo Alpagatas (3) y el spot de radio *Eructo* de Vegaolmosponce para Axe.

Son coronados como los Mejores de la región **Agulla & Baccetti** (Agencia), **Hernán Ponce** (Director Creativo), **Peluca Films** (Productora), **Simón Bross** (Realizador), **Unilever** (Anunciante) y **Lowe Latinoamérica** (Red).



Llegan al ciclo de conferencias **David Droga, Adrián Suar, Hernán Ponce, Leandro Raposo y Pablo Stricker, Carlos Mouzo, Miguel Justribo y Pablo Monzón, Juan Carlos Ortiz, Pablo del Campo y Pedro Cappeletti.**

**2003**



Los mejores profesionales y empresas de la región son **Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi** (Agencia), **Marcello Serpa** (Director Creativo), **García Bross & Asociados** (Productora), **Andy Fogwill** (Realizador), **MTV Latinoamérica** (Anunciante) y **BBDO Latinoamérica** (Red).



Los reconocidos como mejores profesionales y empresas de la región son **Almap BBDO** (Agencia), **Marcello Serpa** (Director Creativo), **Landia República** (Productora), **Andy Fogwill** (Realizador), **Aerolíneas Argentinas** (Anunciante) y **BBDO Latinoamérica** (Red).

Llegan como conferencistas **Neil French, Mark Waites, Bob Scarpelli, Adrian Holmes, Antonio Montero, Jimmy Evans, Leandro Raposo, Guy Mijola, Gustavo Taretto, Gabriel Vázquez, Adriana Cury, Marco Colín, José María Píera, Julio Wallovits, Simón Bross, Andy Fogwill, Sergio Pineda, Gustavo Casasnovas, Mónica Alvarez, Ezequiel Jones, Gonzalo Vidal, José Miguel Sokoloff, Bobby Flores, Gustavo Kolhuber y Katja Skoberne.**

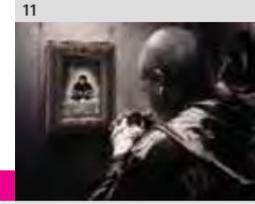
**2004**

*Arrugas* (7) y *Favela* (Del Campo Nazca S&S para Zoo de Buenos Aires y Leo Burnett Brasil para The Akatu Institute) son las mejores gráficas, y *Amigas*, de Tiempo BBDO para Renault, es la mejor radio.

OMD Chile se queda con el Gran Ojo de Innovador por *Rompiendo el Zapping*.

Entre los conferencistas se cuentan **Marcello Serpa, Eugene Cheong, Carlos Bayala, Carlos Pérez, Bob Jeffrey, Silvio Matos, Papón Ricciarelli, Chavo D'Emilio, Lewis Blackwell, Alejandro Alvarez, Laura Salles y Analía Tiévoli.**

Llegan como conferencistas **Neil French, Mark Waites, Bob Scarpelli, Adrian Holmes, Antonio Montero, Jimmy Evans, Leandro Raposo, Guy Mijola, Gustavo Taretto, Gabriel Vázquez, Adriana Cury, Marco Colín, José María Píera, Julio Wallovits, Simón Bross, Andy Fogwill, Sergio Pineda, Gustavo Casasnovas, Mónica Alvarez, Ezequiel Jones, Gonzalo Vidal, José Miguel Sokoloff, Bobby Flores, Gustavo Kolhuber y Katja Skoberne.**



Se incorpora El Ojo Classic Via Pública. Se lleva el primer Gran Ojo Ogilvy Chile por *Edificio*.

El Gran Ojo de Cine/TV es para *Aplausos* de Santo Buenos Aires para Coca Cola Light (10). La mejor gráfica es la campaña *Banderas*, de FCB Lisboa para Grande Reportagem (9). La campaña *Cielo*, de JWT Argentina/El Hotel para Atún La Campagnola se queda con el Gran Ojo de radio.

El de Innovador es para *Los Reyes* de Sancho BBDO para RCNTV. *Just in time*, de DDB Brasil para Fedex, consigue el Gran Ojo Interactivo.

**2005**

Los consagrados como las figuras y empresas del año de Iberoamérica son **Almap BBDO** (Mejor Agencia), **Marcello Serpa** (Mejor Director Creativo), **Landia** (Mejor Productora), **Andy Fogwill** (Realizador), **Coca Cola de Argentina** (Anunciante) y **BBDO Latinoamérica** (Red).

Entre los conferencistas se cuentan **Marcello Serpa, Eugene Cheong, Carlos Bayala, Carlos Pérez, Bob Jeffrey, Silvio Matos, Papón Ricciarelli, Chavo D'Emilio, Lewis Blackwell, Alejandro Alvarez, Laura Salles y Analía Tiévoli.**



**2006**

para Ariel. *Choque*, de DDB Brasil para Itaú Seguros se lleva el Gran Ojo Interactivo y *Titere*, de JWT/El Hotel para *LatinSpots* es el Gran Ojo Innovador.



Los premios al desempeño son para **Del Campo Nazca S&S** (Agencia), **Maxi Anselmo y Sebastián Wilhelm** (Directores Creativos), **Landia** (Productora), **Andy Fogwill** (Realizador), **Coca Cola de Argentina** (Anunciante) y **JWT Latam** (Red).

Pisan el escenario de *El Ojo Erik Vervroegen, Craig Davis, Walter Susini, Rodrigo Figueroa Reyes, Denise Waggoner, Frank Palmer, Marcos Golfari, Gustavo Martínez, Guillermo Vega, César Agost Carreño, Juan Carlos Ortiz, Jorge Luis Díaz Iglesias, Larry Kimmel, Joaquín Mollá y Ricky Vior, y McCann Erickson Latinoamérica.*

**2007**

y el de Directo para Vitruvio por *Denuncia San Sebastián*. Se llevaron Grandes Ojos Ogilvy Perú por *Mudo* para Duracell en Radio, Netthink por *Impossible is nothing* para Adidas en Interactivo, y Encuadre por *City Hunters* para Axe en Contenido.

Hubo 23 conferencistas: **Tham Khai Meng, Howard Draft, Mark Tuttsel, Esther Lee, Guy Murphy, John Gerzema, Joakim Borgström, Thatcher Perkins, Andrew Saunders,**



**Eddie González, Luca Lindner, Gustavo Martínez, Ricardo Monteiro, Raúl Cardós, Rogelio Jaua, André Zimmermann, Sebastián Wilhelm y Maximiliano Anselmo; Luis Puenzo, Puchó Mentastí y Juan José Campanella, y Martín Hazán.**

**2008**

El Tercer Ojo fue para *La Cerveza Reserva* de JWT España para Freixenet y la Mejor Campaña Integrada para VOP por *Axe 3 Dark Temptation* de Unilever (Mejor Anunciante de la región)

Landia: la Mejor Productora y Armando Bo, el Realizador.

Los conferencistas: **Fernando Vega Olmos, Rémi Babinet, Gastón Bigio, James Dawson-Hollis, Jonathan Harries, Juan Carlos Ortiz, Sergio Valente, Raúl Cardós, Luis Miguel Messianu, Pablo Battle, Rafa Antón, Juan Nonzioli, Dario Straschnoy, Marina Engels, Chris Velasco, John Gerzema, Hernán Jáuregui, Michael Costello, Diego Migliardi y Carol Murphy.**



**2009**

Además, Leo Burnett Portugal se quedó con El Tercer Ojo y GP de Directo por La tienda que vende esperanza para Cruz Roja (17) y con el GP de Promo por *El primer museo efímero del mundo* (18) para Diageo. Mientras que el Gran Ojo Innovador fue para Cámara/TBWA y *Hecha toda en lapicera* para Bic; el Gran Ojo Interactivo para *Take your time* de DDB Brasil para Tok&Stok; el de VP para *Ciudad y País* también de DDB Brasil para Terra Brasil y el de Radio para *Copa de champán* de Almap BBDO para EPA. Por su parte, BBDO Argentina se llevó el reconocimiento a la Mejor Campaña Integrada por *Que vuelvan los lentos* para Doritos.

Leo Burnett Portugal fue la Mejor Agencia de Iberoamérica, Chacho Puebla el Mejor Directo Puma, el de Promo Marketing Vivo SI, con *El árbol de los deseos* para Ayuntamiento de Madrid y el de Contenido, Vitruvio Leo Burnett con *Historia de un anuncio bonito* para Fundación Prodis.



*El Ojo* cumplió 10 años y lo festejó con todo. Vegaolmosponce se quedó con tres grandes ojos: el Tercer Ojo para *Axe3*, el de Cine/TV para *Volvimos* (13), y el de Mejor Director Creativo de la región para Hernán Ponce.

Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi se hizo con el Gran Ojo 13



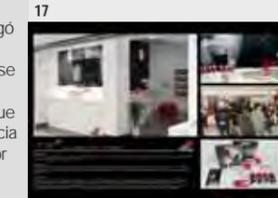
de Gráfica (14) y a la Mejor Agencia de la región; y BBDO fue coronada Mejor Red, ganadora del Gran Ojo de Via Pública para BBDO Argentina y el Gran Ojo Promo para Pagés BBDO.

Leo Burnett se quedó con dos Grandes Ojos: el de Innovador para Brasil por *Marca Texto*

La edición 2008 de *El Ojo* llegó con todo. *Bonjovies*, de la comunidad para BAFICI (15) se quedó con el GP de Cine/TV, mientras que Almap BBDO fue por cuarta vez la Mejor Agencia de la Región y BBDO la Mejor Red.

Además, Contrapunto obtuvo el GP de Gráfica por *Moscas* (16) para Amnistía Internacional y Hernán Ponce, Walter Aregger y Hernán Ibarra fueron los Mejores Creativos de Iberoamérica. Por su parte, Leo Burnett Argentina, se quedó con dos GP, el de VP y el de Directo por *Casa Inundada* para Cruz Roja. En Radio Y&R Argentina se llevó el GP por *Contactos en la noche* para Tulipán.

El GP de Innovador fue de DDB Argentina con *Palermo180* para Puma, el de Promo Marketing Vivo SI, con *El árbol de los deseos* para Ayuntamiento de Madrid y el de Contenido, Vitruvio Leo Burnett con *Historia de un anuncio bonito* para Fundación Prodis.



En el año de la crisis El Ojo se mantuvo en lo más alto. *Dogfish* de Almap BBDO para VW Brasil y *Mamá Luchetti* de Madre Bs. As. para Molinos Río de La Plata se quedaron con el GP de Cine/TV; mientras que DDB Brasil y Ogilvy Chile se llevaron el Gran Ojo de Gráfica por *Rutina* para Terra Brasil y *Carpetas Amarillas* para UNICEF.

Leo Burnett Portugal fue la Mejor Agencia de Iberoamérica, Chacho Puebla el Mejor Directo Puma, el de Promo Marketing Vivo SI, con *El árbol de los deseos* para Ayuntamiento de Madrid y el de Contenido, Vitruvio Leo Burnett con *Historia de un anuncio bonito* para Fundación Prodis.

WE  
CREATE  
THE SPACE >  
FOR  
IDEAS™



Starcom™

# 1 LA AGENCIA DE MEDIOS CON LOS CLIENTES MÁS SATISFECHOS

Cosa muy lógica, porque también somos los primeros en:

**HONESTIDAD**

**CREATIVIDAD EN MEDIOS**

**INNOVACIÓN EN ESTRATEGIAS**

**BUEN SERVICIO A CLIENTES**

**REMUNERACIÓN + TRANSPARENTE**

**INVESTIGACIÓN EN MEDIOS**

**RESPUESTA INTERNACIONAL**

**PESO ENTRE LOS MEDIOS**

**HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN**

Pero no lo decimos nosotros, lo afirma Grupo Consultores en su Agency Scope 2010, que tras entrevistar a 137 de los mayores anunciantes de México, encontró que somos la agencia de medios más valorada en estos atributos. No es cualquier cosa, Grupo Consultores es el principal especialista en la industria de la comunicación, y desde 1990 analiza y estudia a las agencias, anunciantes y medios en Asia, Europa y Latinoamérica.



Bosque de Duraznos #47, 4º Piso; Col. Bosques de las Lomas, México, D.F. CP11700  
Tel. +52(55) 52465800 contacto@starcom.com.mx

## Conferencias | Lunes



9.45 HS - JOSEPH CRUMP



### *La estampida: conozca a la nueva clase media digital*

El VP de Estrategia y Planning de Razorfish Worldwide, llega a El Ojo para hablar del resultado de un estudio de cinco meses sobre la "Clase C" en Argentina, México y Brasil. Tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa, tratando de crear un retrato detallado de este grupo y brindar un mejor entendimiento de los mismos.

11.00 HS - SERGIO MUGNAINI, MARIO SÁNCHEZ DEL REAL Y FERNANDO BARBELLA



### *La mirada latina del desafío digital*

Al frente de la creatividad interactiva de tres de las empresas más importantes de Brasil, España y Argentina, estos tres hombres darán sus visiones respecto al desafío digital en la región, el rol del consumidor en su interacción con las marcas y lo que se espera para los próximos años.

14.00 HS - NELSON MARTÍNEZ FILHO



### *La entidad deportiva y sus patrocinadores: Formadores de contenido*

El director de Sports de Getty Images para Latinoamérica compartirá con todos los asistentes al festival, su visión experimentada del marketing y el deporte, dos disciplinas que cada vez más van de la mano. Para ello, contará con la ayuda de Marisabel de León, gerente general de JWT Panamá, empresa con larga trayectoria en la generación de este tipo de acciones.

15.10 HS - RISHAD TOBACOWALA



### *El Renacimiento del marketing*

Es el Chief Strategy & Innovation Officer de Vivaki Worldwide y uno de los hombres que entiende mejor al consumidor en el mundo. En su charla, hablará sobre por qué es necesario enfocarse más en la gente que en los consumidores, y también cuestionará viejas formas de pensamiento. Como el mismo lo afirma, una de sus líneas será: "el futuro no entra en los containers del pasado".

17.00 HS - MARK TUTSSEL



### *Naturaleza humana*

Es uno de los mayores referentes de la creatividad en el mundo y lidera una de las redes más reconocidas a nivel internacional. Este 2010, Tutssel -director creativo mundial de Leo Burnett- vuelve a El Ojo de Iberoamérica para hablar de lo que mejor sabe: creatividad, el contacto con la gente y lo que él considera "la era de la imaginación".

LOS PRESIDENTES DEL JURADO DE EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2010



5,000,000 de  
comerciais vistos por ano  
45,000 usuários no mundo  
Seja criativo a escala global



5,000,000 de  
comerciales vistos por año  
45,000 usuarios en el mundo  
Sea creativo a escala global

## Aquí están, ellos son....

El Ojo incorpora desde este año una nueva instancia en su proceso de votación: los presidentes de los jurados de cada categoría elegirán entre los oros seleccionados por los más de 300 jurados del premio, (quienes también serán los encargados de escoger los platos, bronce y finalistas) los Grandes Ojos 2010. En esta nota, más detalles.

**E**l Ojo siempre se caracterizó por ser un festival innovador y por responder a las necesidades del mercado y de sus profesionales. Mantenerse al día con lo que viene en la industria de la comunicación es uno de los principales objetivos del evento, y por todo esto, sigue adelantando novedades para esta nueva edición.

De esta manera, como uno de los puntos fuertes de 2010 y a pedido de muchos de los profesionales que participan de *El Ojo* todos los años, el festival ha decidido sumar una nueva instancia en su proceso de votación: un jurado especial compuesto por los presidentes de cada una de las categorías, que tiene la labor de elegir entre los oros de cada premio, los Gran Prix de cada disciplina, en Buenos Aires y durante los días del evento. Una forma totalmente innovadora y que refleja la visión integradora que promulga *El Ojo*, ya que los Grandes Premios serán elegidos desde la mirada de los todos los pre-

sidentes, cada uno aportando su experiencia en los diferentes medios. Los encargados de emprender este nuevo desafío son:

**Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina**

Presidente del jurado de El Tercer Ojo y El Ojo Campañas Integradas

**Leandro Raposo, director creativo ejecutivo de McCann Erickson España**

Presidente del jurado de El Ojo Cine/TV

**Gastón Bigio, director general creativo de Ogilvy Latina**

Presidente del jurado de El Ojo Vía Pública

**Luiz Sanches, director creativo de Almap BBDO**

Presidente del jurado de El Ojo Gráfica

**Chacho Puebla, director general creativo de Leo Burnett Iberia**

Presidente del jurado de El Ojo Radio

**Fernanda Romano, directora creativa interactiva de Euro RSCG Worldwide**

Presidenta del jurado de El Ojo Interactivo

**Manuel Techera, vicepresidente creativo de JWT México**

Presidente del jurado de El Ojo Innovador

**Bruno Lambertini, socio y director general de Circus México**

Presidente del jurado de El Ojo Promo

**Rui Piranda, director creativo senior y de marketing directo de Giovanni + Drafftcb Brasil**

Presidente del jurado de El Ojo Directo

Además, los jurados hablarán sobre su experiencia y criterios aplicados en la elección de los Grandes Ojos 2010 durante una conferencia prensa a realizarse el día miércoles por la tarde, cerrando el Ciclo de Conferencias de *El Ojo 2010*.

Los presidentes del jurado se encuentran en proceso de votación desde el sábado y en los tres días de premiación se anunciarán los ganadores de los Grandes Ojos 2010.

source@creative®



Please go to [www.sourcecreative.com](http://www.sourcecreative.com)

ESTA NOCHE, LOS MEJORES EN INNOVACIÓN EN MEDIOS

## Ideas que hacen la diferencia

El Ojo Innovador premia esta noche los mejores trabajos de la región, y Brasil, Argentina y España vuelven a liderar la lista corta, de una disciplina que continua creciendo. En esta nota, todo el análisis.



Manuel Techera, Emir Cámara y Francisco Galán debaten sobre las tendencias en innovación en medios.



Finalmente, llega la primer y ansiada Gala de Premiación de *El Ojo de Iberoamérica 2010*, y lo hace de la mano de la mayor creatividad en el uso de medios: *El Ojo Innovador*.

Este año compiten 270 piezas, revelando un significativo incremento del 37 por ciento, respecto de la edición pasada. A pesar de este considerable interés, tan sólo los mejores 49 trabajos lograron estar a la altura de las expectativas del exigente jurado.

Al igual que en 2009, Brasil, Argentina y España volvieron a colocarse a la cabeza de la lista corta con trece, once y ocho trabajos respectivamente, no dejando lugar a dudas sobre porqué van a la vanguardia en innovación. Tras ellos, los cinco finalistas de Colombia y de Centroamérica & Caribe demuestran la evolución positiva de la región. Poco más atrás quedaron Puerto Rico y México con tres destacados cada uno y Portugal que tuvo un único trabajo finalista. En cuanto a las agencias, se destacaron McCann Erickson España, Ogilvy & Mather Argentina, Sancho BBDO y DDB Argentina.

Satisfecho con los casos presentados en la categoría de innovación para la que le tocó

ser jurado, el presidente de Cámara TBWA Uruguay, Emir Cámara, fundamenta: "No me he cansado de ver los buenos trabajos que se han anotado y las buenas ideas que hay detrás de cada implementación. Sin duda, creo que en Innovación quedó como finalista, lo que tenía que estar: aquellas piezas que se diferencian del resto y que son fuertes en sí mismas".

Además, los mayores referentes de la publicidad coinciden en la importancia de las ideas para lograr destacarse. "La innovación a nivel regional va mejorando a medida que pasa el tiempo, cada vez vemos más y mejores ideas que se destacan a nivel internacional. Países como Brasil y Argentina siempre tienen muy buenas ideas representándolos a pesar de que empezamos a ver otros mercados que comienzan a destacarse", afirma Francisco Galán, director general creativo de Universal McCann Colombia.

En el mismo sentido Cámara agrega: "Se destacan los casos que tiene una idea detrás. Los casos más innovadores son los que más me sorprendieron. No me gusta hablar de publicidad, prefiero decir comunicación. Y en ese sentido cada día la veo más competitiva. Las fronteras entre anunciante, medios y

agencia están cada vez más diluidas y el acceso a la información de alguna manera contribuye a eso. Pienso que en un futuro cercano habrá tantas formas de llegar a un consumidor que será imposible conocerlas todas. De cualquier manera la creatividad siempre será la herramienta que haga la diferencia de una marca, sin importar tanto el medio".

Por otro lado, y a tono con el espíritu del premio a la creatividad e innovación, este año El Ojo de Iberoamérica se renueva y supera a sí mismo con la introducción de una nueva instancia en el proceso de votación: un jurado especial elige a los Grandes Ojos 2010 durante los días del evento. Manuel Techera, vicepresidente creativo de JWT México, es el encargado de asumir esta tarea por El Ojo Innovador.

En unas significativas palabras al jurado de innovador que le tocó presidir Techera escribía: "Estoy seguro de que pondrán lo mejor de sí para hacer de este un jurado comprometido con las grandes ideas. En tiempos de crisis esas grandes ideas pueden aparecer en los lugares menos previsibles, la necesidad de innovar se hace muy presente en nuestros días. Las grandes ideas son y serán la diferencia".

PREMIO A LAS MEJORES POSTALES PUBLICITARIAS

## Colombia encabeza la lista corta de Postales Publicitarias

En su decimotercera edición, El Ojo de Iberoamérica premiará por quinto año consecutivo a las Mejores Postales Publicitarias de la región, durante la primer Ceremonia de Premiación. Con nueve piezas finalistas en su haber, Colombia encabeza el shortlist.

Desde hace cinco años, el Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica brinda un reconocimiento especial a las Mejores Postales Publicitarias de la región. En esta ocasión, Colombia se posicionó como el país más destacado al encabezar la lista de finalistas con nueve piezas y, después de una larga espera, esta noche se conocerán a los mejores de Iberoamérica.

En esta nueva edición del festival quedaron seleccionadas un total de 18 postales publicitarias en el shortlist, evidenciando el fino análisis del jurado que, año tras año, se pone más exigente llevando a los creativos a buscar nuevas formas y a conquistar nuevos horizontes. Siguiendo el shortlist, Colombia se destaca ampliamente, al tener nueve piezas en su haber encabezando. Luego le siguen

Argentina y Centroamérica y Caribe, con dos piezas ambos. Por su parte, México, Venezuela, Uruguay, España y Ecuador presentan un trabajo cada uno.

Mientras tanto, entre las agencias más exitosas de Colombia, Ogilvy & Mather Colombia figura en primer lugar con un total de seis piezas finalistas, seguida por Aguayo Publicidad con dos trabajos y Publicis Colombia con uno. Y, en el resto de los países finalistas, se posicionan FWK Argentina con "Duelo" y "Asesino", para el Museo del Holocausto y Animal Costa Rica, con "Insights" y "Modelo" para Escuela de Creativos de Costa Rica, cada uno con esas dos únicas piezas en su haber.

Por su parte, los anunciantes más destacados

fueron WWF Colombia con sus piezas "Árbol", "Ave" y "Ballena" (Ogilvy & Mather Colombia) en la categoría Bien Público, y Mattel Colombia con dos trabajos: "Barco" y "Helicóptero", de Ogilvy & Mather Colombia para Pictionary.



Árbol, de Ogilvy & Mather Colombia para WWF Colombia

### DIRECTORS

Adriana Laham / Henry Meziat / Angel Gracia / Fernando Arrijoja / Nomeno Nick Livesey / Marialy Rivas / Joe Torres / Hernan Almar / Rebecca Blake Alexander Paul / Leo Ricagni / Daniela De Carlo / Gero Von Braunmühl

ONYX.la

Production Company

It's good to be in touch

Marcos Hernandez  
Executive producer  
marcos@onyx.la

Lorena Habichayn  
International Producer  
lorena@onyx.la

Carolina Legovich  
Producer  
carolina@onyx.la

Cecilia Felgueras  
CEO & Partner  
cecilia@onyx.la

Castillo 1366 / C1414AXD / Buenos Aires / ARGENTINA / T. +54 11 4772 4300 / WWW.ONYX.LA

TODOS LOS TRABAJOS QUE PELEARÁN POR UN PREMIO ESTA NOCHE

# Finalistas

## El Ojo Innovador, El Ojo en la Producción y Mejores Postales Publicitarias

Este 2010, lograron ingresar a la lista corta de El Ojo Innovador, 49 casos de innovación en medios; y entre los premios especiales, El Ojo en la producción alcanzó un total de 24 piezas finalistas, mientras que el reconocimiento a las Mejores Postales Publicitarias sumó un número final 18 piezas en el shortlist.

FINALISTAS | EL OJO INNOVADOR

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
<b>CM1 - Cine / TV</b>				
Cambiazó	Mccann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España
Comercial secuencial	DDB Brasil	FeDex Brasil	Courier	Brasil
Reload caso	Pagés BBDO	Tricom	Internet Banda Ancha	Centroamérica y Caribe
Tu energía positiva	Contrapunto BBDO	Galp	Galp Energía	España
Más allá	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Mille Economy	Brasil
20 Más	Starcom Puerto Rico	Procter & Gamble Puerto Rico	Duracell	Puerto Rico
Vuvuzelas	Eje/DDB	V. Suarez	Real Kill	Centroamérica y Caribe
El análisis que cambiará la ley	Mccann Madrid Healthcare	Asociación Española Contra El Cáncer	Ley del Tabaco	España
<b>CM2 - Gráfica</b>				
Copa del Mundo	Almap BBDO	Alpargatas Brasil	Havaianas	Brasil
Detector de avisos	Ogilvy & Mather Guatelamala	Excel Automotriz	BMW sensores de retroceso	Centroamérica y Caribe
Mapa del tiempo	Mccann Erickson España	Saab España	Saab 9-3 Cabrio	España
Mini Soho	Mccann Erickson Colombia	Sony Ericsson Colombia	Xperia X10	Colombia
Parafina	Loducca	Peugeot	Quiksilver	Brasil
Revista más barata	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Ducato	Brasil
<b>CM3 - Radio</b>				
Cabeza de guayaba	Circus México	Unilever México	Solero Casero Guayaba	México
Carlos Suárez	Mccann Erickson España	Club Asefa Estudiantes	Final de la Copa	España
Dedicatorias	Leo Burnett Puerto Rico	DirectTV Puerto Rico	Prepago DirectTV	Puerto Rico
Dolor	Santa Clara	Matte Leão	Cha	Brasil
Radioality	JWT Colombia	Unilever Colombia	Sedal	Colombia
Soy mi jefe	Mediacom Argentina	Volkswagen Argentina	VW Saveiro	Argentina
<b>CM4 - Vía Pública</b>				
Carrito	Sancho BBDO	Éxito	Domicilios Éxito	Colombia
Éxito	Sancho BBDO	Éxito	Almacenes Éxito	Colombia
Juego más	DDB México	Energizer	Energizer Litio	México
La vending machine del bien	Giovanni + Drafftcb	Fundação Abrinq	Institucional	Brasil
Siluetas por la memoria	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional	Brasil
Ola	JWT Brasil	Coca Cola Brasil	Coca Cola	Brasil
<b>CM5 - Medios Alternativos</b>				
Chupos	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Programa para reintegrar guerrilleros a la vida civil	Colombia
Dona palabra	RC Comunicação	Instituto Mário Penna	Hospital Mário Penna	Brasil
Grill Smoke	Leo Burnett Puerto Rico	McDonald's Puerto Rico	Angus Burger	Puerto Rico
La banda sonora de una película que jamás vas a ver	JWT Costa Rica	Ministerio de Cultura de Costa Rica	Sistema Nacional de Bibliotecas	Centroamérica y Caribe
La decoración empieza con el color	Leo Burnett Brasil	Alkzo Nobel	Coral	Brasil
La máquina de la amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
Tweet Libros	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi		México
Whooper face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whooper	Brasil
<b>CM6 - Mix de Medios</b>				
1810 Bicentenario	FiRe Advertainment - Havas Entertainment	181:0 Emprendedores	181:0	Argentina
Axe Music Star	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe MusicStar	Argentina
Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina
El Poder de la Roja	Netthink Isober	Adidas España	Camiseta selección española	España
La banda sonora de una película que jamás vas a ver	JWT Costa Rica	Ministerio de Cultura de Costa Rica	Sistema Nacional de Bibliotecas	Centroamérica y Caribe
<b>CM7 - Acciones en el espacio público</b>				
85	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional	Argentina
\$73.000 bar tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora - Boceto Ferraz	Institucional	Brasil
Cambiazó	Mccann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España

FINALISTAS | EL OJO INNOVADOR

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
La máquina de la amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
<b>CM8 - Sponsorship</b>				
1810 Bicentenario	FiRe Advertainment - Havas Entertainment	181:0 Emprendedores	181:0	Argentina
Este es mi anuncio	Leo Burnett Iberia (España)	Portfolio Night	Portfolio Night 8	España
El cumpleaños más grande	DDB Argentina	Puma	Martin Palermo	Argentina
Hincha oficial	DDB Argentina	Puma Argentina	Club Atlético Argentina	Argentina
La maratón por el agua	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Project VIVA	Project VIVA	Portugal

FINALISTAS | EL OJO EN LA PRODUCCIÓN

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
<b>PP1 - Música</b>					
Camilo	Olabuena Chemistri	Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma	Indio	Central Films	Países no iberoamericanos
Dile a tu cabeza	-	Coca Cola España	Coca Cola	The Gang	España
Sabores	-	Coca Cola España	Coca Cola	The Gang	España
Sucursal virtual	Don	Cablevisión	Institucional	Argentina Cine	Argentina
The kiss	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Kiss	Casa Olga	Argentina
<b>PP2 - Fotografía</b>					
Bicentenario (Volkswagen)	DDB México	Volkswagen México	Jetta Bicentenario	Central Films	México
Cosas que todos sabemos	TBWA España	Dirección General de Tráfico	Dirección General de Tráfico	Alamo Films	Países no iberoamericanos
Don quisquilloso	Draftfcb México	Banco México	Billetes falsos	Catania Comuna	México
Resortera	Diagonal	Sony México	Playstation 3	Metro Producciones	México
Salomón y Varda	Mayo Drafftcb Perú	Kchina Films	Segundo Festival de Cine de Europa del Este Al Este de Lima	Kchina Films	Perú
The kiss	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Kiss	Casa Olga	Países no iberoamericanos
<b>PP3 - Animación</b>					
Carona	Moma Propaganda	MTV Brasil	MTV na rua	Vetor Zero / Lobo	Brasil
Convocación	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Pipi en la ducha	Pródigo Films	Brasil
El coleccionista	Coletto	O-I Ecuador	Institucional	CIG77 Studios	Ecuador
Invasión	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola Zero	Passion Pictures	Argentina
La verdad	180 Grados	Chilevisión	Institucional	Twist Films	Chile
Maquinitas	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta Nacional 2010	Colectivo Cinematográfico	Países no iberoamericanos
Pop up	TBWA España	RENFE	Renfe / Trenes	Lee Films	España
<b>PP4 - Efectos audiovisuales y postproducción</b>					
Autopelo	Ogilvy & Mather Argentina	Santander Rio	Préstamos	Elei Studio	Argentina
Barquito	Mayo Drafftcb Perú	Layconsa	Institucional	Tunche Films	Perú
Maquinitas	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta nacional 2010	Colectivo Cinematográfico	México
Ovelha nuvem	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	SpaceFox	FatBastards/Moviart	Brasil
Resortera	Diagonal	Sony México	Playstation 3	Metro Producciones	Países no iberoamericanos
Veteranos	Publicis Perú	Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Jhonston	Pilsen Callao	Tunche Films	Perú

FINALISTAS | POSTALES PUBLICITARIAS

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
<b>FC1 - Productos y Servicios</b>				
Barco	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Helicoptero	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Mujer	Ogilvy & Mather Colombia	GlaxoSmithKline Colombia	Panadol Mujer	Colombia
Siete gatos	Publicis Colombia	Ediciones Gamma	Revista AXXIS	Colombia
<b>FC2 - Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios</b>				
Duelo	FWK Argentina	Museo del Holocausto	Museo	Argentina
Modelo	Animal Costa Rica		Animal, Escuela de Creativos	Centroamérica y Caribe
Picante	(anónimo)	Casa José Cuervo	Casa Cuervo México	México
<b>FC3 - Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos</b>				
Árbol	Ogilvy & Mather Colombia	WWF Colombia	www.wwf.com.co	Colombia
Ave	Ogilvy & Mather Colombia	WWF Colombia	www.wwf.com.co	Colombia
Ballena	Ogilvy & Mather Colombia	WWF Colombia	www.wwf.com.co	Colombia
<b>FC4 - Formatos No Convencionales</b>				
Airbags	Aguayo Publicidad	Daimler Colombia	Mercedes-Benz E350	Colombia
Pescado	Aguayo Publicidad	Challenger	Campanas extractoras Challenger	Colombia
Presbicia	Draftfcb Venezuela	Óptica Caroni	Óptica Caroni	Venezuela
<b>FC5 - Campañas</b>				
Asesinos	FWK Argentina	Museo del Holocausto	Museo	Argentina
Destinos	Amén	Azul Viajes	Destinos	Uruguay
Impensable pero tipografiable	Contrapunto Barcelona	Complot Escuela de Creativos	Curso de Tipografía	España
Insights	Animal Costa Rica	Escuela de Creativos de Costa Rica	Escuela de Creativos	Centroamérica y Caribe
Panas	BBDO Ecuador	Zhumir Ecuador	Venetto	Ecuador

MAÑANA SE LLEVARÁ A CABO EL WORKSHOP DE MICROSOFT ADVERTISING

## ¡Rich Media Rocks!

Mañana, se llevará a cabo el Workshop que Carlos Maltagliatti, Brand Solutions Specialist para Latinoamérica de Microsoft Advertising brindará junto a Gabriel Catena de Admotion, con todo lo necesario para estar al día con uno de los formatos más efectivos del mundo digital. La cita es a las 13hs en la Sala de Proyecciones y Workshops.

En el marco del segundo día de celebración del festival, el Brand Solutions Specialist para Latinoamérica de Microsoft Advertising, Carlos Maltagliatti, protagonizará *¡Rich Media Rocks!*. Mañana, desde las 13 horas, en el Salón de Proyecciones y Workshops, Maltagliatti expondrá sobre rich media: *"Uno de los formatos más efectivos que tenemos online para destacarnos, llamar la atención del usuario y permitirle interactuar con una pieza que cuenta con audio, video y sobre todo, mucha creatividad"*, adelantó el diseñador gráfico que estará acompañado en el workshop de mañana por Gabriel Catena de Admotion.

Mañana a las 13 hs. en la Sala de Proyecciones y Workshops de El Ojo 2010, Carlos Maltagliatti de Microsoft Advertising y Gabriel Catena de Admotion, brindarán un encuentro para todos los directores de arte, redactores, programadores y creativos interesados en las posibilidades publicitarias de los medios digi-

tales. *¡Rich Media Rocks!* es el título que le otorgaron a la charla.

Con una duración aproximada de una hora, se expondrá la forma en que las creatividades rich media, permiten incorporar recursos audiovisuales e interactivos para generar experiencias de comunicación más atractivas. *"Como en todo medio, la contaminación visual abunda, y rich media es una de los formatos más efectivos que tenemos online para destacarnos, llamar la atención del usuario y permitirle interactuar con una pieza que cuenta con audio, video y sobre todo, mucha creatividad. Estos formatos no son nuevos, ya hace al menos diez años que existen, aunque lamentablemente muchas veces son cajas vacías, sin ninguna idea dentro que terminan ganando más enemigos que fans"*, explica Maltagliatti en relación a su próxima ponencia.

Por otra parte, el representante de Microsoft

Advertising, cuenta que prácticamente todos los medios de la región tienen opciones rich media dentro de sus portafolios y que en su compañía usan a diario ese tipo de formatos para conectar a las marcas con los millones de usuarios con los que cuenta Messenger, Hotmail y el portal MSN.

A su vez, Carlos Maltagliatti, detalla cuáles son las expectativas que guarda para el workshop que brindará mañana: *"No solo queremos que venga gente que trabaja en el medio online, dado que creemos que este tipo de herramientas que permiten audio, video y un discurso creativo, están más cercas de ser un comercial interactivo que una animación lineal. Por eso también lo hacemos en el marco de El Ojo, porque es un festival que premia la creatividad y sería genial ver más ideas dentro junto a estos formatos"*, anticipa el experto que además, promete sorpresas para los concurrentes.



### Yo, Carlos Maltagliatti

Me recibí de Diseñador Gráfico en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) en el año 2000. En el 2002, me sumé como director de arte a E-volution Digital Marketing; y en el 2004, a Latin3 como desarrollador *flash* para el mercado latino en Estados Unidos.

Años después, volví a E-volution para convertirme, primero, en director de arte *senior* y después, en director creativo del departamento de *media*.

Por otra parte, durante el 2008 formé parte de Globant como líder de diseño para Electronic Arts, trabajando *on site* en los estudios de San Francisco para el diseño de *interfaces* del juego *Godfather2* (Xbox360/Playstation3). Con el objetivo de desarrollar estrategias y experiencias digitales para las principales marcas de América Latina, a partir del 2009, me he sumado a Microsoft Argentina para cubrir la posición de OSG Brand Solutions Specialist (Latam) en la unidad de Microsoft Advertising.

MEJOR USO DE RECURSOS AUDIOVISUALES, AHORA ES EL OJO EN LA PRODUCCIÓN

## La producción tiene su premio

En la XIII edición del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica, se presentarán hoy los ganadores del premio El Ojo en la Producción. En esta nota, todos los comerciales que compiten por las deseadas medallas, este 2010.

En su primera noche de premiación, El Ojo presentará los ganadores de El Ojo en la Producción. Con un nuevo nombre pero con las mismas intenciones de hacer foco en lo más destacado de la producción audiovisual de la región, las categorías que conforman este premio son: Música, Fotografía, Animación y Efectos Especiales y Postproducción.

Esta vez, los spots que los jurados eligieron para recibir metales son de Argentina, España, México, Perú, Brasil, Ecuador y Chile.

De esta manera, Argentina y México consiguieron un total de 6 finalistas cada uno y se

ubican a la cabeza de la lista. En segundo lugar, España se posiciona con tres piezas y más atrás Brasil y Perú los siguen con tres finalistas cada uno. Además, Ecuador y Chile lograron entrar al shortlist con un spot cada uno.

Los ganadores de El Ojo en la Producción se conocerán esta noche a partir de las 19.15hs en el Salón de Conferencias. Pero para ir palpitando lo que será el primer día de premiaciones, se puede visitar la Sala de Proyecciones y Workshops ubicada en Salón Principal donde se darán proyecciones permanentes de los finalistas en formato audiovisual de todos los finalistas de El Ojo de Iberoamérica 2010.



*Autopelo, de Ogilvy & Mather Argentina y Elei Studio para Santander Río. Finalista El Ojo en la Producción*



**Bites**   
 VectorZero+Lobo+Animatório  
 www.bites.cx

## Online en El Ojo 2010

Internet proporciona novedades en forma constante y el El Ojo de Iberoamérica, una vez más, las utiliza para optimizar su comunicación. Facebook, Twitter y la página web del festival, estarán a disposición de todos aquellos que quieran formar parte del evento más grande de la publicidad latina, en tiempo real.

En Latinoamérica, el uso de internet creció, en promedio, más del 30% en los últimos años. El interés de los usuarios por las herramientas digitales, va de la mano con las constantes innovaciones que presenta la red para sorprender y seguir atrápanos. El Ojo de Iberoamérica, una vez más, tiene como objetivo principal contar con la participación más activa y permanente de los usuarios antes, durante y después del festival.

Clickeá Me gusta en la página que El Ojo de Iberoamérica tiene en Facebook, y podrás estar actualizado sobre todo lo que está ocurriendo en el festival. Además, habrá fotos de los ganadores en las premiaciones, imágenes de las conferencias, videos con las palabras de los más expertos publicitarios, y mucho más. A toda hora y para que estés online con el evento más innovador de la industria publicitaria de la región. Además, si sos usuario del servicio de micro-

blogging, Twitter, podés seguir las novedades del festival minuto a minuto. Para ello, la compañía argentina de comunicación e interacción en la red, WebAr, se une nuevamente a El Ojo de Iberoamérica y crea una aplicación personalizada del festival en Twitter. Podés acceder a un reporte permanente de lo que pase durante los tres días del evento, ingresando en [www.elojodeiberoamerica.com/twitter](http://www.elojodeiberoamerica.com/twitter), donde te hacés seguidor y realizás el "Tweet del oro" que quieras, anteponiendo "#" y hasta participás por entradas para El Ojo 2011.

Como cada año, El Ojo de Iberoamérica busca la interacción con sus visitantes, protagonistas e interesados en la industria de la publicidad. Para que puedas compartir tu mirada sobre las conferencias y trabajos que veas en el festival, dar a conocer el material que hayas recogido en El Ojo o simplemente dar tu opinión sobre el evento; las posibilidades que tenés a tu alcance son variadas. En la página ofi-

cial de El Ojo, podés encontrar información detallada sobre jurados, conferencistas, premios y mucho más; también, vas a poder ver galerías de fotos y videos de los momentos más importantes del festival.

Desde tu celular, computadora de mano, sentado en tu casa u oficina o donde sea; tenés todas las herramientas e innovaciones tecnológicas a tu disposición para que estés actualizado sobre todo lo que ocurre en los pasillos, conferencias, premiaciones y fiestas de El Ojo de Iberoamérica 2010.

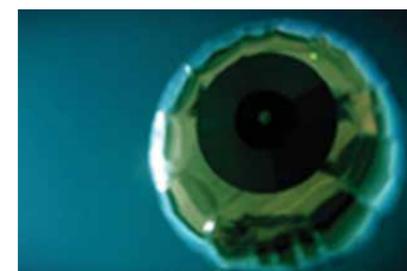


El Ojo de Iberoamérica presente en Facebook, Twitter y con su propio web site.

## Tres nuevos premios en El Ojo 2010

Mantenerse al día con lo que viene en la industria de la comunicación es uno de los principales objetivos del evento, y por todo esto, entre las principales novedades de este 2010, está la incorporación, de tres premios especiales, que se ajustan a la coyuntura actual. Ellos son: El Ojo Mundial, El Ojo Bicentenario y El Ojo Sustentable. A continuación, todos los detalles.

De esta manera, como uno de los puntos fuertes de 2010, El Ojo ha decidido sumar a su lista de galardones, tres premios especiales, que se ajustan a la coyuntura actual. Estos reconocimientos, nacen con la idea de satisfacer las necesidades de una industria en continuo desarrollo y que amplía sus intereses hacia otras disciplinas como el deporte y las temáticas sociales.



**El Ojo Mundial:** cada cuatro años el Mundial de Fútbol despierta la pasión de los hinchas y agudiza la creatividad.

Las marcas no dejan pasar la magnificencia de este acontecimiento y doblan la apuesta edición tras edición.

La Copa Mundial de la FIFA Sudáfrica 2010 y sus inversiones publicitarias aumentaron considerablemente, contratando a grandes jugadores internacionales o realizando mega producciones.

Por la pasión que despierta el fútbol en los países de la región y con el objetivo de reconocer la creatividad aplicada al Mundial, El Ojo de Iberoamérica, -al igual que en el 2006- volverá a premiar a la mejor pieza que tenga como tema el Mundial de Fútbol. Sin lugar a dudas, este Premio Especial se convertirá en uno de los más esperados y festejados del evento, como sólo saben festejar los iberoamericanos que sienten una pasión inigualable por este deporte.



**El Ojo Bicentenario:** los países de la región no sólo están unidos por sus fronteras, sus tradiciones y creencias.

Por sobre todo, lo que une a la región es una historia compartida desde sus inicios.

Con motivo de las conmemoraciones que comenzaron en 2009 en Bolivia y Ecuador y este año continúan en Argentina, México, Venezuela, Colombia y Chile, y teniendo en cuenta que se cumplen 200 años desde el primer sueño que tuvieron varios países de la región El Ojo de Iberoamérica ha decidido no pasar por alto este hito en la historia Iberoamérica y se suma a la celebración instaurando el Premio Especial Bicentenario para premiar los trabajos realizados para conmemorar este acontecimiento histórico.

Los trabajos presentados pueden verse durante los tres días en la Sala de Proyecciones y Workshops en Salón Principal de El Ojo de Iberoamérica 2010.



**El Ojo Sustentable:** la esperanza de poder crear una comunidad global que lleve a los líderes a tomar las decisiones responsables, la necesidad de un cambio de mentalidad en materia ambiental, la obligación de abrir el juego a todos los sectores de una sociedad, o simplemente el aporte de ese granito de arena individual que genere al menos un instante de reflexión en la población; son las razones principales de este premio especial, que apela al lado más sensible de la industria publicitaria.

De esta manera, nace El Ojo Sustentable, un reconocimiento a aquellos trabajos realizados con el fin y la esperanza de contribuir a un mundo mejor.

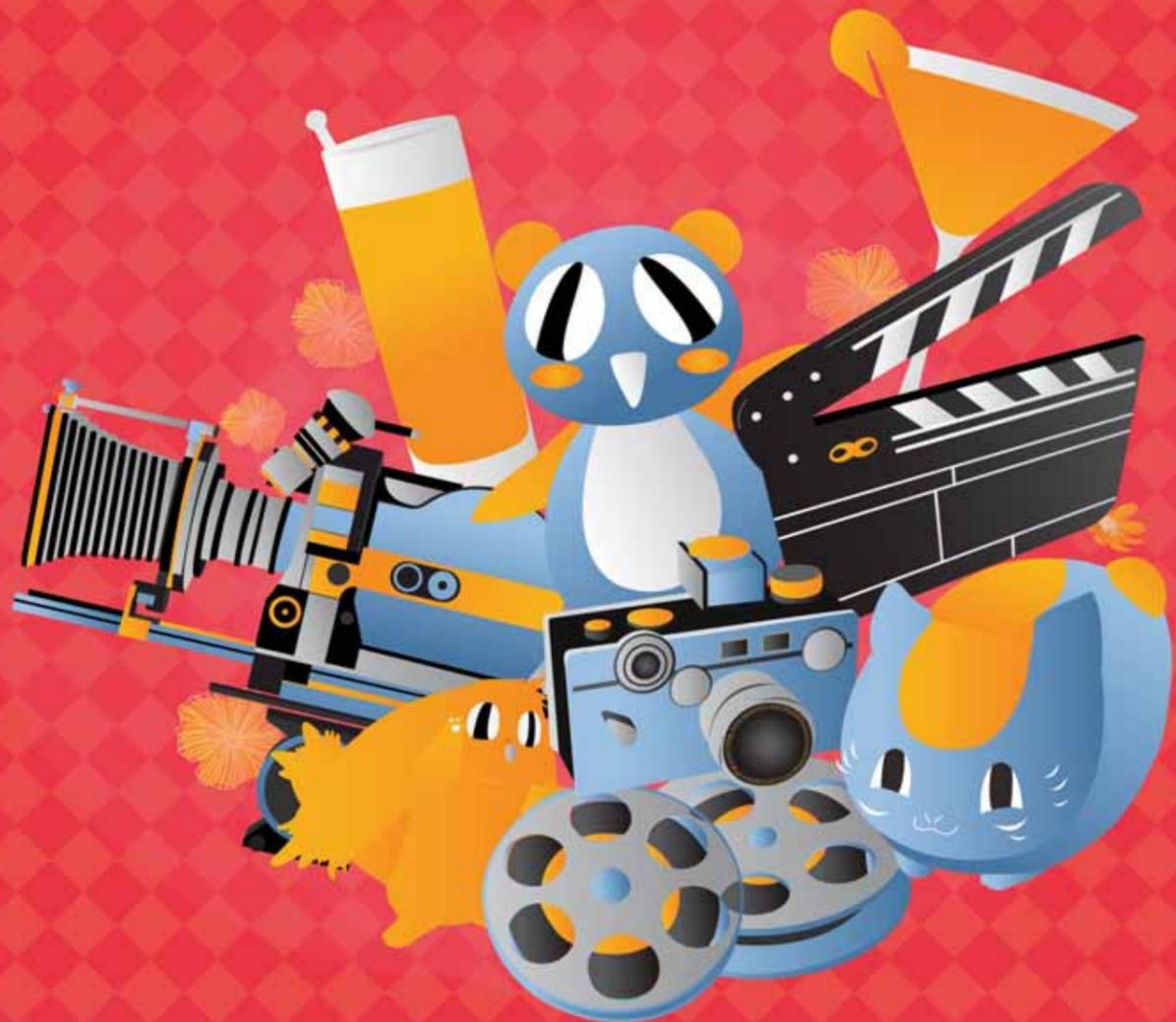
El Ojo Sustentable se entregará mañana, en la segunda gala de premiación y El Ojo Bicentenario y El Ojo Mundial, se darán a conocer el miércoles por la noche. De esta manera, estos premios suman a las ya conocidas distinciones de El Ojo de Iberoamérica, que año a año destacan lo mejor de la región.

# CRISALIDA

interiores escenografías imagen cultura

4381.7772/15.4177.3272

[www.crisalidaestudio.com.ar](http://www.crisalidaestudio.com.ar)



# INFINIT INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CORTOMETRAJES

3 y 4 ENERO, 2011  
CARMELO, URUGUAY



LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE EL OJO LOCAL

# Finalistas

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

Cada año, El Ojo de Iberoamérica premia individualmente el trabajo de cada país y subzona que componen la región iberoamericana, como una forma de estimular el desarrollo de cada mercado. El Ojo Local premia al Desempeño del Año y a las Mejores Piezas a nivel país/región. A continuación, el listado completo de finalistas.

FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Argentina</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Arándanos - Herencia	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Argentinnacle
Arroba - Asado - Bonsai	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Seven	Peluca Films
Autopelo	Ogilvy & Mather Argentina	Santander Rio	Préstamos	Elei Studio
Destino	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe	Prettybird
Diana Arroz	Madre	Molinos Rio de La Plata	Arroz Lucchetti	Reino
GPS - Re canchera	Madre	Banco Hipotecario	Tarjetas	Hachiko Films
Otto	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Quilmes	Fight by Flehner
Pájaro carpintero	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Twistos	Primo Buenos Aires
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Andes	Primo Buenos Aires
Transpiración precoz	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Full Control	Primo Buenos Aires
<b>Gráfica</b>				
Acme	JWT Argentina	Ford Argentina	Cargo	-
Elefante	JWT Argentina	Ford Argentina	Cargo	-
Los chicos ven diferente	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	-
Rompecabezas	Don	Claxon	Playboy	-
Tios felices	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulpán	-
<b>Radio</b>				
Calentones	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulpán	-
Conferencia de la lora	Young & Rubicam Argentina	Agea	Ole	-
GPS (Cervecería y Maltería Quilmes)	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Consumo Responsable	-
Problema	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Full Control	-
Transpiración precoz	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Full control	-
<b>Brasil</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Blanco y negro	Borghierh Lowe	Unilever Brasil	Skip Blanco & Negro	Dinamo Filmes
Botella	Almap BBDO	Elma Chips	Doritos	Sentimental Filmes
Convocación	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Pipi en la ducha	Prodigo Films
Hechos	Talent	Alpargatas Brasil	Topper Rugby	Toca Dos Filmes
Korama	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Amarok	Revolución
<b>Gráfica</b>				
Aspirina y cefaspirina	Almap BBDO	Bayer Brasil	Aspirina y Cefaspirina	-
Epa pregunta: Hasta dónde llega tu creatividad	Almap BBDO	Escola Panamerica de Arte	EPA	-
Glaciar	JWT Brasil	Conservação Internacional	Conservação Internacional	-
Madre	DDB Brasil	Latinstock Brasil	Banco de Imágenes	-
Parafina	Loducca	Peugeot Brasil	207 Quicksilver	-
Revista más barata	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Ducato	-
Vea como es hecho	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard	-
Vecinos	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier	-
<b>Radio</b>				
Aniversario de la ciudad de Sao Paulo	Young & Rubicam Brasil	Vivo	Institucional	-
Apartamento	Agência3	Rossi	Parque Laranjeiras	-
Cuerpo hermoso	DDB Brasil	Companhia Athletica	Gimnasia	-
Estacionamiento	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Saveiro	-
Hija	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Linea	-
I can't remember this tune	Ogilvy & Mather Brasil	Motorola Brasil	Moto ID	-
<b>Centroamérica y caribe</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Parqueo	Ogilvy & Mather Guatemala	Barotest	Test de embarazo	Mandrake Films
Reload cine	Pages BBDO	Tricom	Internet banda ancha	In House

**LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE EL OJO LOCAL**

**FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Tributo	BBDO Guatemala	Pepsico Guatemala	Gatorade	Oriental Films
<b>Gráfica</b>				
Apariciones	BBDO Guatemala	Procter & Gamble Guatemala	Detergente Tide	-
Batalla de palabras	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	-
Camuflado	Ogilvy & Mather Guatemala	Hooters Guatemala	Happy Hour	-
Herramientas (Hooters)	Ogilvy & Mather Guatemala	Hooters Guatemala	Hooters Happy Hour	-
<b>Radio</b>				
Autoservicio	Garnier BBDO	Purdy Motor	Toyota Tundra	-
Love youuuu	el taller / Tribu DDB	Pasmo	Vive	-
Niño	Target Ogilvy	Volkswagen Nicaragua	Jetta	-
Only youuuuu	el taller / Tribu DDB	Pasmo	Vive	-
Puppy	Tribu DDB	Grupo Kativo	Pinturas Protecto	-
<b>Chile</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Arma	Lobo Comunicaciones	Panasonic Chile	TV 3D Viera de Panasonic	Cueca
Carpetas	Ogilvy & Mather Chile	Unicef Chile	Unicef	Smog
La verdad	180 Grados	Chilevisión	Institucional	Twist Films
Nieta	McCann Erickson Chile	Bci	Fundación Las Rosas	Fábula
Repuestos originales	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Repuestos originales	cinecolor
<b>Gráfica</b>				
Devuelvete	Lobo Comunicaciones	Panasonic Chile	TV 3D viera Panasonic	-
Nunca llegarás	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Hilo dental	-
Perros gordos	Prolam Young & Rubicam	Nutripo	Masterdog Light	-
Recupérala	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol	-
Tranquilos	Prolam Young & Rubicam	Colun	Colun Light	-
<b>Radio</b>				
Camisa	BBDO Chile	Hogar San Francisco de Regis / Hipermercados Jumbo	Recolección de ropa	-
Machos	Prolam Young & Rubicam	Wasil Jano	Aji Jano	-
Oído 1	Espinaca	Municipalidad de Las Condes	Donantes de todo corazón	-
Papa - Ravioles - Chuletas	La Mesa Publicidad	Andromaco Chile	Guttalax	-
Siempre es un buen momento	Prolam Young & Rubicam	Bacardi Chile	Ron Bacardi	-
<b>Colombia</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Baño (Wyeth)	McCann Erickson Colombia	Wyeth Colombia	Today Hot Sensation	Imaginaria Films
Carpintero	Leo Burnett Colombiana	WWF Colombia	Compra de madera legal	Leo Studio
Drácula	Ogilvy & Mather Colombia	Coca Cola Colombia	Quatro Toronja	rhayuela films
La chica guapa	Ogilvy & Mather Colombia	Coca Cola Colombia	Quatro Toronja	rhayuela films
Platonía	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Programa contra el secuestro	Dragonfly
<b>Gráfica</b>				
Caballo	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	-
Golf	Ogilvy & Mather Colombia	Almacenes SI	Chalecos	-
Pixeles	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	-
Preso	Sancho BBDO	Casa Luker	Lukafé	-
Punk - Atletas	McCann Erickson Colombia	Wyeth Colombia	Condones Today	-
<b>Radio</b>				
Chavo	Young & Rubicam Colombia	Fundación Víctor Salvi	Festival de música de Cartagena	-
Fresco	Publicis Colombia	Groupe SEB Colombia	Ventilador Samurai Turbo Silence	-
Jaws	Lowe/SSP3	Copa Airlines	Institucional	-
Llanero solitario	Young & Rubicam Colombia	Fundación Víctor Salvi	Festival de música de Cartagena	-
Pito	Sancho BBDO	Casa Editorial El Tiempo	Clasificados El Tiempo	-
Snoopy	McCann Erickson Colombia	Wyeth Colombia	Condones Today	-
<b>Ecuador</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Bichito del fútbol	Veritas DDB	Porta	Institucional mundial	Elipsis
El coleccionista	Coletto	O-I Ecuador	Institucional	CIG77 Studios
Enrollar	Delta Comunicaciones	Plasticaucho Ecuador	Zapatos Venus	Vértigo Films
Motivos	Publicis Publicitas Ecuador	Tame	Institucional	Click
Papellito	Publicis Publicitas Ecuador	Nestlé Ecuador	Maggi	Oriental Films
<b>Gráfica</b>				
Absorbidos	Publicis Publicitas Ecuador	Otelo & Fabell	Vileda	-
Barcasa	Publicis Publicitas Ecuador	Nestlé Ecuador	Sopas	-
Bomba	Publicis Publicitas Ecuador	Nestlé Ecuador	Nestea	-
Maradona (DirecTV Ecuador)	La Facultad	DirecTV Ecuador	DVR	-
<b>Radio</b>				
Clase A	BBDO Ecuador	IAVO (Instituto de Artes Visuales de Quito)	IAVO	-
Conversación taxi	La Facultad	El Comercio	Revista Muy Interesante	-
Papá	BBDO Ecuador	Zhumir Ecuador	Pink	-
Video club	Publicis Publicitas Ecuador	Venus	Venus Hardcore Channel	-
<b>España</b>				
<b>Cine/TV</b>				
4 sentidos (Campofrio 1)	McCann Erickson España	Campofrio España	Institucional Naturissimos de Campofrio	Brother´s Films
Cambialzo	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	-
Experience the extraordinary	JWT España	Grupo Modelo España	Cerveza Corona Extra	Ingravitto

**FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Fundación de ayuda al hombre lija	Contrapunto BBDO	Procter & Gamble España	Gillette	Mirinda Films
Moneda	DDB España	VAESA	Volkswagen Golf	Agosto
<b>Gráfica</b>				
Alaridos	Euro RSCG España	Reckitt&Benckiser España	Strepsils	-
Domina a la nieve	DDB España	VAESA	Volkswagen 4Motion	-
Grafología	JWT España	Amnistía Internacional España	Derechos Humanos	-
Pinguino (Mothercare)	Young & Rubicam Madrid	Mothercare	Colección de Invierno	-
Pulpo	Leo Burnett Iberia (España)	Festival de Cine Fantástico de Sitges	30 Aniversario de Alien	-
<b>Radio</b>				
Minuto de silencio	TBWA España	D.G.T / Dirección General de Tráfico	Dirección General de Tráfico	-
Playlists spotify	Contrapunto Barcelona	Gas Natural Fenosa	Playlists de Gas Natural Fenosa	-
Rojo azul	TBWA España	Henkel Ibérica	Micolor	-
Verde rosa	TBWA España	Henkel Ibérica	Micolor	-
<b>Estados Unidos Hispano</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Beep	LatinWorks	Mars Usa	Twix	Flip Films
Cine Las Américas	LatinWorks	Cine Las Américas	International Film Festival	D´Avant-Garde Media
Day	*S,C,P,F... Miami	PDFA	hablacontushijos.org	Garage
Deporte	Grupo Gallegos	California Milk Processor Board	Got Milk	Revolución
La academia	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA	Camry	America Filmworks
Nice Burrito	Lápiz	Procter & Gamble USA	Pepto Bismol	Primo Buenos Aires
<b>Gráfica</b>				
Calavera	LatinWorks	Marathon Kids	Marathon Kids	-
Cine Las Américas	LatinWorks	Cine Las Américas	Cine Las Américas Film Festival	-
Moneda	Casanova Pendrill	Unicef USA	Tap Water Project	-
Parental control bar	LatinWorks	Parental Control Bar	Parental Control Bar	-
Poster desplegable Maxim	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA	Toyota Sienna Minivan	-
<b>Radio</b>				
Cine las Americas - Phase I	LatinWorks	Cine Las Americas	Cine las Americas Film Festival	-
Disclaimer	Adrenalina	Heineken USA	Tecate	-
Gotera	Casanova Pendrill	Unicef USA	Tap Water Project	-
Shaolin	Grupo Gallegos	Comcast	CableLatino	-
Starburst	LatinWorks	Wrigleys USA	Starburst	-
<b>México</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Carretera	Ogilvy & Mather México	Instituto tecnológico y de Estudio Superiores de Monterrey	Hospital San José	Central Films
Maquinillas	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta nacional 2010	Colectivo Cinematográfico
Ni tu padrino	Arrechedera Claverol	Volkswagen México	Bora y Jetta	Árbol Cine
Pídele un tiempo	DDB Argentina	Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma	Cerveza Sol	Central Films
Rodeo	Leo Burnett México	Mars México	Lucas	The Maestros
<b>Gráfica</b>				
Ambulancia	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta Nacional 2010	-
Estadísticas	DDB México	Dormimundo México	Colchones	-
Pescado	JWT México	Kimberly Clark México	Alukim	-
Pieles	JWT México	Kimberly Clark México	Pieles	-
Sujetalibros	DDB México	Librería Porrúa	Libros	-
<b>Radio</b>				
Dr. Lorenzo	Publicis México	BMW México	Mini Service	-
Gandhi campaign	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	-
Kate	Leo Burnett México	Grupo Modelo México	Coronita	-
Pegados	DDB México	Henkel México	Loctite Super Glue	-
Pizzero	Oveja Negra Lowe	Unilever México	Axe MusicStar	-
<b>Perú</b>				
<b>Cine/TV</b>				
Bond	Young & Rubicam Perú	Maestro Home Center	Imagen	Cinesetenta
Conectados	Young & Rubicam Perú	Telefónica Móviles Perú	Movistar	Fat Free Films
Estadio	Circus Perú	DirecTV Perú	Institucional	Tunche Films
Jason	Circus Perú	DirecTV Perú	Institucional	Tunche Films
Robot	McCann Erickson Perú	Aniquem	Donación anual	Cinesetenta
<b>Gráfica</b>				
Amarillo	Fahrenheit	American Colors	Pinturas	-
Cáncer de piel	Young & Rubicam Perú	Liga peruana de Lucha contra el Cáncer	Cáncer de piel	-
Globo (Spinaca)	Ogilvy & Mather Perú	Spinaca	Spinaca Casa de audio	-
Liga	Ogilvy & Mather Perú	Spinaca	Spinaca Casa de audio	-
Mini Cooper	JWT Perú	Interbank Perú	Crédito vehicular	-
Monstruo 1	Circus Perú	Banco de Crédito del Perú	Servicio para empresa	-
<b>Radio</b>				
Bebé	Young & Rubicam Perú	Liga peruana de Lucha contra el Cáncer	Cáncer de mama	-
Clase	JWT Perú	Inlingua	Inlingua Language Training Centers	-
Computadora	Circus Perú	Banco de Crédito del Perú	Primera Cuenta	-
Frenada	Fahrenheit	oncosalud	Mamografías	-
Paños	Circus Perú	Pacifico Peruano Suiza	Pacifico Salud	-
<b>Portugal</b>				

**LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE EL OJO LOCAL**

**FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Cine/TV</b>				
Fiber	Partners	PT Comunicações	Institucional	Ministério Dos Filmes
Finger	Euro RSCG Lisboa	Optimus	Samsung Corby	Garage
Mister Pink	Fuel Lisboa / Euro RSCG	Queer Lisboa	Lisbon gay and lesbian Film Festival	Sync
Parkour	My Brand	Millennium BCP	Activo Bank	Krypton
Sleep tight Johnny boy	JWT Lisboa	Vodafone Portugal	Rock in Rio	Stopline Films
<b>Gráfica</b>				
Icaros	Partners / Mediaweb Creations	Estoril Open	Estoril Open	-
John Lennon	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Porqué mataste John Lennon	-
Michael Jackson	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Michael, qué te mató?	-
MTV Famous crime scene	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	MTV	-
Tupac & B.I.G	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Quién mató a quién?	-

**Puerto Rico**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Cine/TV</b>				
Closet (Cadbury Adams)	JWT San Juan	Cadbury Adams Puerto Rico	Stride	Biscuit Films
Horror	JWT San Juan	Walgreens Puerto Rico	Institucional	Latitude 18 Films
Lenguaje de señas	De la Cruz Ogilvy	Procter & Gamble Puerto Rico	Dawn Hand Renewal	-
Road trip	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Toyota Puerto Rico	Institucional	Salado Media
Rutina mañanera	JWT San Juan	MDA	Servicio Público	Latitude 18 Films
Sorpresa	Drafftcb Puerto Rico	Honda Puerto Rico	CR-V	Paradiso Films

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Gráfica</b>				
Avión (Café Rico)	Sajo García & Partners	Café Rico	Café Rico	-
Boxeo	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble Puerto Rico	Head & Shoulders shampoo	-
Camuflaje (SC Johnson)	Drafftcb Puerto Rico	SC Johnson Puerto Rico	Off!	-
Deportes	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble Puerto Rico	Head & Shoulders shampoo	-
Fútbol (Procter & Gamble)	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble Puerto Rico	Head & Shoulders shampoo	-
Horoscopo	Grey Puerto Rico	Casa Protegida Julia de Burgos	Casa Protegida Julia de Burgos	-

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Radio</b>				
Desorden	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Home Depot Puerto Rico	Cajas de Almacenamiento	-
Interesada	Eje/DDB	Unilever Puerto Rico	Axe Twist	-
Luchadores	Drafftcb Puerto Rico	Coca Cola Puerto Rico	Coca-Cola	-
Reguesoneo	Leo Burnett Puerto Rico	Procter & Gamble Puerto Rico	Bounty	-
Ska	Leo Burnett Puerto Rico	Procter & Gamble Puerto Rico	Bounty	-

**Región Sur (Bolivia y Paraguay)**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Cine/TV</b>				
Auto (Banco Regional)	Mass Publicidad	Banco Regional Paraguay	Préstamos personales	Chak Films
Casa	Mass Publicidad	Banco Regional Paraguay	Préstamos personales	Chak Films
El graduado	Biedermann	Tigo Paraguay	Mini carga	Carajito Films
Re buena re nuestra	Prana	Bebidas del Paraguay S.A.	Pulp Cola	Vanguardia Cine
Tienda	Mass Publicidad	Banco Regional Paraguay	Préstamos personales	Chak Films

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Gráfica</b>				
Botella cortada	DDB Bolivia	RPK Publicidad In-Store	Publicidad In-Store	-
Mochila	Biedermann	Visión Banco	Tarjeta de crédito Visión Banco	-
Otro Mundo	Ojo de Pez	La Quesería	Cerveza Otro Mundo	-
Terror a la vuelta a clases	Biedermann	Feria Asunción	Librería	-
Tiburón (Radio Venus)	Kausa Creativa	Radio Venus	Ataque 105	-

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Radio</b>				
Batería	Kausa Creativa	Dequeni	Caminata de la solidaridad	-
Cuernos	Kausa Creativa	Universidad San Carlos	Carreras Agropecuarias	-
Policia	Mass Publicidad	Sudameris Bank Paraguay	Tarjeta Light	-

**Uruguay**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Cine/TV</b>				
Auto - Bar	Larsen: Laudrup & Lerby	Escuela de Cine del Uruguay	Institucional	Paristexas
Auto (Escuela de Cine)	Larsen: Laudrup & Lerby	Escuela de Cine del Uruguay	Cursos 2010	Paristexas
Bar	Larsen: Laudrup & Lerby	Escuela de Cine del Uruguay	Institucional	Paristexas
Drogas	Punto Ogilvy	Canal 12 La Tele	Televalores	Metropolis Films
Fuego	Viceversa Euro RSCG	Revista BLA	Revista BLA	OZ
Soprano	DDB Uruguay	Sodre	Auditorio Nacional	Guillermo Casanova

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Gráfica</b>				
Ajedrez	Euro RSCG Gurisa	El Observador	Curso de Ajedrez	-
Calle 1	Publicis Impetu	Nike Uruguay	Nike 10K	-
Calle 2	Publicis Impetu	Nike Uruguay	Nike 10K	-
Fucking Invierno	Pluton	Uniform	Colección Invierno 2010	-
Juego	Young & Rubicam Uruguay	Universidad ORT Uruguay	Licenciatura en Diseño de Interiores	-

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Radio</b>				
Boris	Young & Rubicam Uruguay	TCC Uruguay	Mundial HD	-
Excusas	Cámara \ TBWA	Rusconi	Agendas ABZ	-
Futbolistas	Young & Rubicam Uruguay	TCC Uruguay	Mundial HD	-
Netbook	Young & Rubicam Uruguay	TCC Uruguay	Promo netbook	-
Ronaldo	Amén	Burger King Uruguay	Combos de promo	-

**Venezuela**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
<b>Cine/TV</b>				
Barra baño	ARS DDB	Cervecería Regional	Malta Regional sin alcohol	Prime Time
Barra camión	ARS DDB	Cervecería Regional	Malta Regional sin alcohol	Prime Time

**FINALISTAS | EL OJO LOCAL MEJORES PIEZAS**

Título de la pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora
Cocos	La Cancha	Farmacia Botiquería	Farmacia Botiquería	The Format
Porfiado	ARS DDB	Henkel Venezuela	Superbonder	The Format
Powerpoint (Munchy)	ARS DDB	Munchy	Chicharrón son	The Format
<b>Gráfica</b>				
El paraíso	Publicis Venezuela	Aministia Internacional Venezuela	Aministia Internacional	-
Garage	ARS DDB	Eveready Venezuela	Linternas Energizer	-
Ironías	Publicis Venezuela	Aministia Internacional Venezuela	Institucional	-
Jarrón	Leo Burnett Venezuela	Alimentos Arcos Dorados	Fiesta de cumpleaños	-
Venado (Eveready)	ARS DDB	Eveready Venezuela	Linternas Energizer	-
<b>Radio</b>				
Lobo gallo	ARS DDB	Eveready Venezuela	Linternas Energizer	-

**FINALISTAS | EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO**

MEJOR AGENCIA	MEJOR DIRECTOR CREATIVO	MEJOR PRODUCTORA	MEJOR REALIZADOR	MEJOR ANUNCIANTE
---------------	-------------------------	------------------	------------------	------------------

**ARGENTINA**

Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Anafia Rios / Ricardo Armentano / Joaquín Cubria / Hernán Ponce	Banda Aparte	Agustin Alberdi (Landia)	Agea
JWT Argentina	Gastón Bigio	El Criollo Films	Alejandro Rey / Javier Lourenço (Muu Cine)	Cerveceria y Malteria Quilmes
Leo Burnett Argentina	Madre	Fight by Flehner	Andrés Salmoyraghi (Revolución)	Unilever Argentina
Madre	Martin Mercado	Flamboyant Paradise	Ariel Evasio (Sabado)	Ford Argentina
Ogilvy & Mather Argentina	Maximiliano Itzkoff / Mariano Serkin	Hachiko Films	Armando Bo (Revolución)	Hospital Alemán
ponce buenos aires	Pablo Álvarez Travieso / Gonzalo Vecino	la doble A	Baby (Revolución)	Kopelco
Young & Rubicam Argentina	Seto Olivieri	Landia	Claudio Prestia / Hernán Bargman (Hachiko Films)	Pepsico Argentina
-	Walter Aregger / Hernán Ibarra / Hernán Ponce	Metropolis Films	Andy Fogwill (Landia)	-
-	-	Muu Cine / Flamboyant Paradise	Esteban Sapir / Jazmin Stuart (la doble A)	-
-	-	Primo Buenos Aires	Javier Lourenço (Flamboyant Paradise)	-
-	-	Revolución	Juan Taratuto	-
-	-	Sábado	Juan Taratuto (la doble A)	-
-	-	-	Karina Minujin / Andy Fogwill (Landia)	-
-	-	-	Los Raymundo (El Criollo Films)	-
-	-	-	Luciano Urbani (Revolución)	-
-	-	-	Luis Mermet (Primo Buenos Aires)	-
-	-	-	Marcelo Szechtman / Martín Piñeiro (Fight by Flehner)	-
-	-	-	Maxi Blanco (Landia)	-
-	-	-	Nestor Mazzini / Makena Lorenzo / Luciano Solohaga (Banda Aparte)	-
-	-	-	Nico & Martin (Primo Buenos Aires)	-
-	-	-	Sergio Teubal (Metropolis Films)	-
-	-	-	Summer (Landia)	-

**BRASIL**

Almap BBDO	Anselmo Ramos	BossaNovaFilms	Armando Bo (Revolución)	Alpargatas Brasil
Borghierh/Lowe	Fabio Fernandes	Corporação Fantástica	Gabriel Almeida (Vetor Zero / Lobo)	Bayer Brasil
DDB Brasil	Guga Ketzler	Primo Buenos Aires	Julio Xavier (BossaNovaFilms)	Billboard Brasil
F/Nazca	João Livi	Revolución	Luiz Ferré (BossaNovaFilms)	Fedex Brasil
JWT Brasil	José Henrique Borghi / Erh Ray	Superliga 66 Serviços	Marlon Klug (Corporação Fantástica)	Fiat Brasil
Leo Burnett Brasil	Marcello Serpa	Vetor Zero / Lobo	Mateus de Paula Santos / Nando Cohen (Vetor Zero / Lobo)	Fundação SOS Mata Atlântica
Loducca	Marco Versoloto	Volcano Hotmind	Nico & Martin (Primo Buenos Aires)	Unilever Brasil
Ogilvy & Mather Brasil	Mario D'Andrea	-	Pedro Veiga (Superliga 66 Serviços)	Vivo
Talent	Ruy Lindenberg	-	Renata Sette (Volcano Hotmind)	Volkswagen Brasil
Young & Rubicam Brasil	Sergio Valente	-	-	-

**CENTROAMÉRICA Y CARIBE**

BBDO Guatemala	Alejandro Rivas	-	-	Barotest
el taier / Tribu DDB	Jorge Solorzano	-	-	Grupo Kativo
Ogilvy & Mather Costa Rica	Nicolás Schumacher	-	-	Hooters Guatemala
Ogilvy & Mather Guatemala	Pablo Chaves / Javier Mora	-	-	Mattel Costa Rica
Pages BBDO	Ramiro Eduardo	-	-	Pasmo
Target Ogilvy	Rodolfo Borrell	-	-	Pepsico Guatemala
Tribu DDB	Victor Garcia	-	-	Procter & Gamble Guatemala
-	-	-	-	Tricom
-	-	-	-	Volkswagen Nicaragua

**CHILE**

180 Grados	César Agost Carreño	Cienbrazos	Jota Vives (Cienbrazos)	Bacardi Chile
BBDO Chile	Christian Quintana	-	-	Bci
Lobo Comunicaciones	Gonzalo León	-	-	Chilevisión
McCann Erickson Chile	Guido Puch	-	-	Colgate Chile
Ogilvy & Mather Chile	Javier English	-	-	Hogar San Francisco de Regis /
Hipermercados Jumbo	-	-	-	-
Prolam Young & Rubicam	Tony Sarroca	-	-	Laboratorio Chile
-	-	-	-	Panasonic Chile
-	-	-	-	Wasil Jano

**COLOMBIA**

DDB Colombia	Hugo Corredor / Giovanni Martinez	-	-	Almacenes SI
--------------	-----------------------------------	---	---	--------------

**LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE EL OJO LOCAL**

FINALISTAS   EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO				
MEJOR AGENCIA	MEJOR DIRECTOR CREATIVO	MEJOR PRODUCTORA	MEJOR REALIZADOR	MEJOR ANUNCIANTE
Leo Burnett Colombiana	John Raul Forero / Juan José Posada	-	-	Casa Editorial El Tiempo
Lowe/SSP3	José Miguel Sokoloff	-	-	Coca Cola Colombia
McCann Erickson Colombia	Mauricio Rocha / Rodrigo Bolívar / Juan Pablo Navas / María Teresa Fernández	-	-	Copa Airlines
Ogilvy & Mather Colombia	Rafael Barthaburu	-	-	Fuerzas Militares de Colombia
Sancho BBDO	Rodrigo Dávila / Germán Espitia	-	-	Fundación Víctor Salvi
Young & Rubicam Colombia	Samuel Estrada	-	-	Sodimac Homecenter Colombia
-	-	-	-	Wyeth Colombia
<b>ECUADOR</b>				
BBDO Ecuador	David Bamballi / Álvaro Noboa	Vértigo Films	Andrés González (Vértigo Films)	DirectTV Ecuador
Coletto	Eduardo Coello / Orlando Brigante / Jorge Roche	-	-	IAVQ (Instituto de Artes Visuales de Quito)
Delta Comunicaciones	Germán Andrade	-	-	Nestlé Ecuador
La Facultad	Guillermo Valverde	-	-	Nestlé Ecuador
Publicis Publicitas Ecuador	Roberto Rodríguez	-	-	O-I Ecuador
-	-	-	-	Otelo & Fabell
-	-	-	-	Plasticaucho Ecuador
-	-	-	-	Venus
-	-	-	-	Zhumir Ecuador
<b>ESPAÑA</b>				
Contrapunto BBDO	Andrés Martínez	-	-	Amnistía Internacional España
DDB España	Germán Silva	-	-	Campofrio España
Euro RSCG España	José Gamo	-	-	Coca Cola España
JWT España	Juan Sánchez / Guillermo Ginés	-	-	D.G.T / Dirección General de Tráfico
McCann Erickson España	Leandro Raposo	-	-	Henkel Ibérica
TBWA España	Miguel Bemfica	-	-	Procter & Gamble España
-	Antonio Montero	-	-	Reckitt&Benckiser España
-	José María Roca de Viñals	-	-	VAESA
<b>ESTADOS UNIDOS HISPANO</b>				
Adrenalina	Elias Weinstock	Filip Films	Andy Fogwill (Landia)	California Milk Processor Board
Casanova Pendrill	Favio Ucedo	La Fábrica Films	Armando Bo (Revolución)	Cine Las Americas
Conill Saatchi & Saatchi	Laurence Klingner	Landia	Augusto Giménez Zapiola / Rafael López Saubidet (La Fábrica Films)	Heineken USA
Grupo Gallegos	Mario Granatur	Primo Buenos Aires	Brothers Strauses (Filip Films)	Toyota USA
Lapiz	Pablo Buffagni	Revolución	Calli Ameglio (Filip Films)	Unicef USA
LatinWorks	Sergio Alcocer	-	Juan Taratuto (Filip Films)	-
-	-	-	Matias Moltrasio (Landia)	-
-	-	-	Nico & Martin (D'Avant Garde Media/Primo)	-
-	-	-	Nicolas Kasakoff (Filip Films)	-
-	-	-	Robert Bonomo (Filip Films)	-
<b>MÉXICO</b>				
DDB México	Héctor Fernández	Catania Comuna	Alejandro Barbabosa (Metro Producciones)	Cerveceria Cuauhtémoc Moctezuma
JWT México	Hernán Ibarra / Walter Aregger	Central Films	Alejandro Lozano (Lemon Media)	Cruz Roja Mexicana
Leo Burnett México	Jorge Aguilar	Colectivo Cinematográfico	Alvaro Curiel (Lemon Media)	Dormimundo México
Ogilvy & Mather México	"José Pepe" Montalvo"	Industria Film Studios	Fredy Garza (Catania Comuna)	Grupo Modelo México
Publicis México	Manuel Techera / Esteban Sacco / Enrique Codesido	Lemon Media	Javier Blanco (Rojo Films)	Henkel México
-	-	Metro Producciones	Jorge Malpica Hernández (Metro Producciones)	Instituto tecnológico y de Estudio
Superiores de Monterrey	-	-	-	-
-	-	Rojo Films	Luis Lance (Catania Comuna)	Kimberly Clark México
-	-	-	Nicolás Calcoya (Colectivo Cinematográfico)	Librerías Gandhi
-	-	-	Rodrigo García Saiz (Central Films)	-
-	-	-	Willy Sousa (Industria Film Studios)	-
<b>PERÚ</b>				
Circus Perú	Aldo Canchaya	7 Samurai	Antonio Sarria (Fat Free Films)	American Colors
Fahrenheit	Fernando Iyo	Cinesetenta	Baltazar Caravedo (Señor Z)	DirectTV Perú
JWT Perú	Flavio Pantigoso	Fat Free Films	Diego y Vlady (Fat Free Films)	Liga peruana de Lucha contra el Cáncer
McCann Erickson Perú	Juan Carlos Gómez de la Torre	Kchina	Gianfranco Quattrini (7 Samurai)	Maestro Home Center
Ogilvy & Mather Perú	Ricardo Chadwick	Señor Z	John Doe (Fat Free Films)	Oncosalud
Young & Rubicam Perú	Ricardo Mares / Mauricio Fernández Maldonado	Tunche Films	Jorge Caterbona (7 Samurai)	Pacifico Peruano Suiza
-	-	-	Jorge Pablo Quiroz (Cinesetenta)	Spinaca
-	-	-	José Zelada (Tunche Films)	Telefónica Móviles Perú
-	-	-	Mauricio Hidalgo (Cinesetenta)	-
-	-	-	Miqy (Fat Free Films)	-
-	-	-	Tito Köster (Fat Free Films)	-
<b>PORTUGAL</b>				
Fuel Lisboa / Euro RSCG	"Horacio Chacho" Puebla"	Garage	Augusto Fraga (Krypton)	Estoril Open
Leo Burnett Iberia (Portugal)	Pedro Bexiga / Marcelo Lourenço	Krypton	Enrique Escamilla (Garage)	MTV Portugal
Partners / Mediaweb Creations	Susana Sequeira / Lourenço Thomaz	Stopline Films	Ernesto Bacalhau (Garage)	Optimus
Euro RSCG Lisboa	Sara Ferreira / José Vieira	-	João Nuno Pinto (Garage)	Queer Lisboa
JWT Lisboa	João Oliveira / Jorge Barrote	-	João Rodrigues (Stopline)	Vodafone Portugal
-	-	-	Leone Balduzzi (Stopline)	-
-	-	-	Pedro Amorim (Garage)	-
-	-	-	Rita Nunes (Stopline)	-

FINALISTAS   EL OJO LOCAL AL DESEMPEÑO				
MEJOR AGENCIA	MEJOR DIRECTOR CREATIVO	MEJOR PRODUCTORA	MEJOR REALIZADOR	MEJOR ANUNCIANTE
-	-	-	Salomón Figueiredo (Stopline)	-
-	-	-	Silverio Canto (Krypton)	-
<b>PUERTO RICO</b>				
Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Enrique Renta	-	-	Home Depot Puerto Rico
Draftfcb Puerto Rico	Jaime Rosado	-	-	Honda Puerto Rico
Eje/DDB	Juan Carlos Rodríguez	-	-	MDA
JWT San Juan	Ricky Soler	-	-	Procter & Gamble Puerto Rico
Leo Burnett Puerto Rico	Victor Cabezas	-	-	Toyota Puerto Rico
<b>REGIÓN SUR</b>				
Biedermann Paraguay	Gonzalo Murcia / Federico Perié	Carajito Films	Alfonso Lourido (Carajito Films)	Banco Regional Paraguay
DDB Bolivia	Henry Medina Pineda-Arce	-	-	Bebidas del Paraguay S.A.
Kausa Creativa Paraguay	Horacio Ruidias	-	-	Dequeni
Mass Publicidad Paraguay	José Bogado / Rodolfo Gómez / Pablo Muñoz	-	-	Fería Asunción
Prana Paraguay	Juan Carlos Gómez	-	-	Radio Venus
-	-	-	-	RPK Publicidad In-Store
-	-	-	-	Sudameris Bank Paraguay
-	-	-	-	Universidad San Carlos
<b>URUGUAY</b>				
Amén	Claudio Invernizzi	Murdoc Films	Alejandro Damiani (Murdoc Films)	Burger King Uruguay
Cámara \ TBWA	Diego Lazcano	Oriental Films	Charly Gutiérrez (Oriental Films)	El Observador
Euro RSCG Gúrisa	Esteban Barreiro / Mario Taglioretti	Paristexas	Guillermo Carbonell (Murdoc Films)	Escuela de Cine del Uruguay
Larsen, Laudrup & Lerby	Gonzalo Eyherabide / Marco Caltieri	-	Pablo Casacuberta (Oriental Films)	Nike Uruguay
Pluton	Juan Miguel Herrera / Ignacio González	-	Pablo Riera (Paristexas)	Revista BLA
Publicis Impetu	Martin Carrier	-	Vasco Elola (Paristexas)	Rusconi
Viceversa Euro RSCG	Nacho Vallejo	-	-	TCC Uruguay
Young & Rubicam Uruguay	Pablo Medina / Silvio Maldonado	-	-	Uniform
<b>VENEZUELA</b>				
ARS DDB	Douglas Rios	Soda Producciones	Alberto García (Soda Producciones)	Aministia Internacional Venezuela
La Cancha	Horacio Maggi / Exequiel Rodríguez	-	Ignacio Castillo Cottin (Soda Producciones)	Cerveceria Regional
Publicis Venezuela	Salvador Cappiello / Alberto Hernández	-	Joe Torres (Soda Producciones)	Eveready Venezuela
-	-	-	Luber Mujica (Soda Producciones)	Farmacia Botiqueria
-	-	-	Vincent & Jules (Soda Producciones)	Henkel Venezuela
-	-	-	WeArePacheco (Soda Producciones)	-



# Televaz activa El Ojo 2010

La compañía líder en el mercado de equipos multimedia para eventos, patrocina la Sala de Proyecciones de El Ojo de Iberoamérica. Plasmados, LCD y puestos TouchScreens; son solamente algunos de los equipos con los que la empresa Televaz engalanará El Ojo. El gerente comercial de la compañía, Pedro Novellino, sostiene que Televaz busca lograr visitantes activos en la muestra.

**A**l igual que el festival, Televaz se basa en la más alta calidad a la hora de brindar servicios a sus clientes; siempre con la última tecnología y sorprendiendo hasta a los creativos más exigentes. *"Para Televaz el acompañar a El Ojo de Iberoamérica este año, nos ofrece la oportunidad de presentar nuestros nuevos productos a empresas de todo Latinoamérica",* cuenta Pedro Novellino.

Como todos los años, El Ojo cuenta con una Sala de Proyecciones donde se exponen los trabajos finalistas y ganadores del festival, en formato audiovisual. Este año, Televaz auspiciará el área y dispondrá distintas alternativas multimedia como lo son las pantallas de Plasma Sony de 50", Puestos Touch Screen y el sistema de Video Wall LCD HD; donde los visitantes de la muestra puedan acercarse a visualizar las realizaciones de los nominados en las distintas categorías. *"El Ojo de Iberoamérica siempre fue uno de los eventos más importantes del año para nosotros, ya que atrae a las empresas de diseño y creatividad más importantes de todo el continente",* afirmó el ejecutivo de Televaz. A su vez, Pedro Novellino espera

que El Ojo le otorgue a su compañía el marco ideal para la presentación de sus nuevas alternativas multimedia para el mercado publicitario, ofreciendo a los espectadores la posibilidad de vivenciar el material audiovisual del evento, ya sea de manera interactiva en los puestos touch screen.

El gerente comercial de Televaz, anticipa sus expectativas para el festival: *"Los visitantes de la muestra, tendrán la posibilidad de convertirse en visitantes activos del evento. Además, podrán acercarse a los puestos Touch Screen que se exhibirán en allí, en donde encontrarán los distintos juegos desarrollados por nuestro departamento de diseño multimedia; TLV Media Solutions, a partir de los cuales podrán ganar increíbles premios",* sostuvo Pedro Novellino.

La compañía que cuenta con clientes activos y les aporta soluciones proactivas, tuvo un año muy positivo, ya que han logrado la representación exclusiva de los productos de Elport en Argentina, lo que les permitió incorporar como producto estelar de Televaz, las nuevas pantallas DZ-Wall DID TFT-LCD, las cuales permiten crear sistemas de Video



Pedro Novellino, gerente comercial de Televaz

Wall, con marcos ultra delgados, de tamaño ilimitado y con la capacidad de desplegar imágenes en Full HD.

Para lo que resta de este año y para el próximo, Televaz, espera poder implementar en los distintos eventos que esté presente, la idea de que los clientes (visitantes de las distintas muestras) sean participantes activos. *"Queremos ofrecer la posibilidad de experimentar sensaciones únicas a través de nuestras variadas alternativas multimedia, teniendo la posibilidad de participar concretamente de las acciones y no ser espectadores pasivos. Además, en lo que respecta a nuestra nueva alternativa en imágenes de alta definición, los sistemas de Video Wall HD, le dan al espectador la posibilidad de sentir las imágenes de una manera nunca antes vista; con imágenes de alto brillo y alto contraste, transportándolos a una nueva generación en la era de la publicidad multimedia. A su vez, esperamos poder extender nuestros servicios a todo el territorio brasileño, con la apertura de nuestras oficinas en San Pablo para mediados del año próximo",* detalló Novellino, el gerente comercial de Televaz.



# 16 años de un proyecto común

Como todos los años, la revista líder en información, capacitación e inspiración iberoamericana estará presente en El Ojo. En esta oportunidad, presenta su edición aniversario donde se resume la trayectoria de LatinSpots en estos 16 años acompañando la creatividad del mercado publicitario de la región.

**L**atinSpots festeja sus "dulces 16" y hace un recorrido histórico de su presencia dentro mercado publicitario regional y mundial. Su principal objetivo fue ser un punto de encuentro, valorización y difusión del talento latino. En los primeros años, a pesar de que pocos creían en el potencial de la creatividad latina, mantuvo su convicción por la integración regional y el estímulo a la propia mirada y poco a poco, con constancia y pasión esta video revista (que se editaba junto con un video de una hora con los mejores comerciales iberoamericanos) se convirtió en el instrumento de difusión de la pasión y el talento de esta región y en una referencia mundial de la mejor creatividad del planeta.

A través de los años, LatinSpots creció y se fue transformando. En su recordado número 29 con Marcelo Serpa en la tapa, cambió su tamaño y su diseño. En 2000, el videoprograma de una hora con las mejores ideas de la región pasó de VHS a DVD, incorporando tecnología y funcionalidad a través de buscadores por países, empresas o comercia-

les, y en edición trilingüe, contribuyendo a una búsqueda mejor también por rubro. Por otra parte, su sitio, creado en 1998, se rediseñó en 2000 y así surgió LatinSpots.com, el portal de noticias diarias que desde sus inicios se posicionó como líder en cuanto a la cobertura de las primicias más importantes de Iberoamérica y el mundo. En 2006 fue rediseñado y mejorado (con nuevos sistemas de búsqueda y secciones).

Pero LatinSpots además de integrar a la región, de dar a conocer lo mejor que se hacía en nuestras países y de resaltar el trabajo de excelencia, en 1998 lanzó el Premio El Ojo de Iberoamérica al desempeño, con el objetivo de reconocer también a quienes más se esfuerzan por crear y realizar un trabajo de excelencia y hacer sobresalir a nuestra región. Por su gran éxito y convocatoria rápidamente se transformó en el Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica. El mismo incorporó en 2000 su aclamado ciclo de conferencias. En 2001 incorporó el Premio a las Mejores Piezas para destacar los trabajos realizados en la región y año a año se

mantuvo a la vanguardia de la industria incorporando y transformando sus reconocimientos según los cambios de la industria, llevándolo siempre a ser un festival fresco y actual y en uno de los mayor reconocimiento y crecimiento en el planeta.

Así, año a año, LatinSpots fue sumando secciones y presentando a los profesionales y empresas más destacados de la región, promocionando el talento e industria latina en el mundo y convirtiéndose en una referencia mundial de la mejor creatividad del planeta al reflejar en sus páginas el talento de una industria que se animó a creer en si misma. En 2010, dado el acelerado cambio tecnológico, lanzó la revista en formato digital, con aplicaciones interactivas y multimedia para agencias y anunciantes.

Es un orgullo que LatinSpots haya contribuido con su granito de arena. Y este aniversario lo quiere festejar con toda la industria publicitaria, en un espacio ubicado en el sector de ingreso a el festival, donde se repartirá la edición Aniversario.



# Qué hay y qué se puede hacer

## INFINIT

### El Ojo con gafas

Infinity y El Ojo de Iberoamérica comparten mucho más que los tres días del festival. Por iniciativa de un grupo de personas de distintas partes del mundo, hace trece años nació Infinity. Al mismo tiempo, El Ojo festejaba su primer edición del festival. Al igual que el evento, Infinity está en un momento óptimo como marca y apuesta a la creatividad e innovación en los modelos y diseños de sus productos.



## LUCILA NEGRI

### Una vez más, Lucila Negri viste el festival

Como cada año, la creadora y diseñadora Lucila Negri (ex Logia Vacua), acompaña a El Ojo de Iberoamérica con su indumentaria. "Para mí, El Ojo es la fiesta de los creativos publicitarios. Por eso, me pone muy contenta acompañar otra edición del festival. Además, es un honor vestir con mis diseños a las integrantes femeninas del staff y tener la posibilidad de que los creativos del mundo de la publicidad vean mi trabajo durante esos días", comentó Lucila Negri.



## TRIP NOW

### Al que madruga... ¡Trip Now lo ayuda!

Desde temprano, la agencia de viajes y turismo especializada en juventud y viajes de placer, Trip Now, acompaña a El Ojo de Iberoamérica. Todas aquellas personas que concurren a la primer conferencia de cada uno de los tres días de celebración de El Ojo, podrán participar por estadias para dos personas en alguno de los seductores destinos argentinos que propone Trip Now. Antes de entrar a la charla, podrán completar sus datos en los respectivos formularios, y al finalizar la conferencia, se darán a conocer los ganadores de las estadias que la agencia obsequiará a Cataratas, Salta y Mendoza.

## FINCA LAS MORAS

### Finca Las Moras, VIP de El Ojo

Los viñedos de Finca las Moras, presentan una propuesta innovadora que condujo a redescubrir la provincia de San Juan como productora de vinos de calidad y estilo internacional. Eso mismo es lo que lleva a la finca sanjuanina a adquirir presencia en el VIP de El Ojo de Iberoamérica. Innovación y estilo internacional de Finca Las Moras para el Ojo. Los conferencistas del festival serán obsequiados por la bodega.



## FRATELLI BRANCA

### Innovación y excelencia, por Fratelli Branca

Innovar conservando es el lema que acompaña a Fratelli Branca en toda su historia que es más que centenaria. Basadas en la experiencia, con raíces profundas en el pasado, pero volcadas hacia el futuro, las destilerías con más de un siglo y medio de trayectoria, llegan a El Ojo de Iberoamérica 2010. Fratelli Branca trae al festival el espíritu único del Fernet Branca y la excelencia del Licor Borghetti. Además, para los premios de El Ojo de Iberoamérica, Fratelli Branca promete ejemplares de su edición limitada que la destilería presenta para el festejo del Bicentenario.





REFERENCIAS

- 1. Manifiesto. Amoblado.
- 2. Getty Images. Banco de Imágenes
- 3. Underground. Escuela de creatividad
- 4. Borghetti. Licor de café expreso.
- 5. Epika
- 6. La Escuelita. Escuela de creatividad
- 7. Paste
- 8. SIA Interactive.
- 9. SourceEcreative.

- 10. Muestra gráfica de El Ojo de Iberoamérica 2010.
- 11. Sala de Proyecciones/Workshops y VIP LatinSpots
- 12. Escenario
- 13. Stand de LatinSpots
- 14. Sala de Prensa
- 15. Acreditaciones / Caja / Administración

\*Al contado de escenario, al igual que en la entrada del Salón de Conferencias estarán presentes barras de Gancia, Quilmes, Fernet y La Pirada.

CREDITOS

**Director y editor responsable:**  
Santiago Keller Sarmiento.

**Coordinación general:**  
Paz Keller.

**Coordinación El Ojo News:**  
Florencia Vera.

**Redacción:**  
Eugenia Murillo, Verónica Miramonte, Cintia Saporito.

**Diseño:**  
Diego Moreda, Yanina M. García.

**Fotos:**  
Archivo LatinSpots y El Ojo de Iberoamérica.

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

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

PATROCINAN EL OJO 2010



# EL OJO DE IBEROAMÉRICA AGRADECE A LAS SIGUIENTES EMPRESAS:

Patrocinan



Auspician



Auspicios institucionales



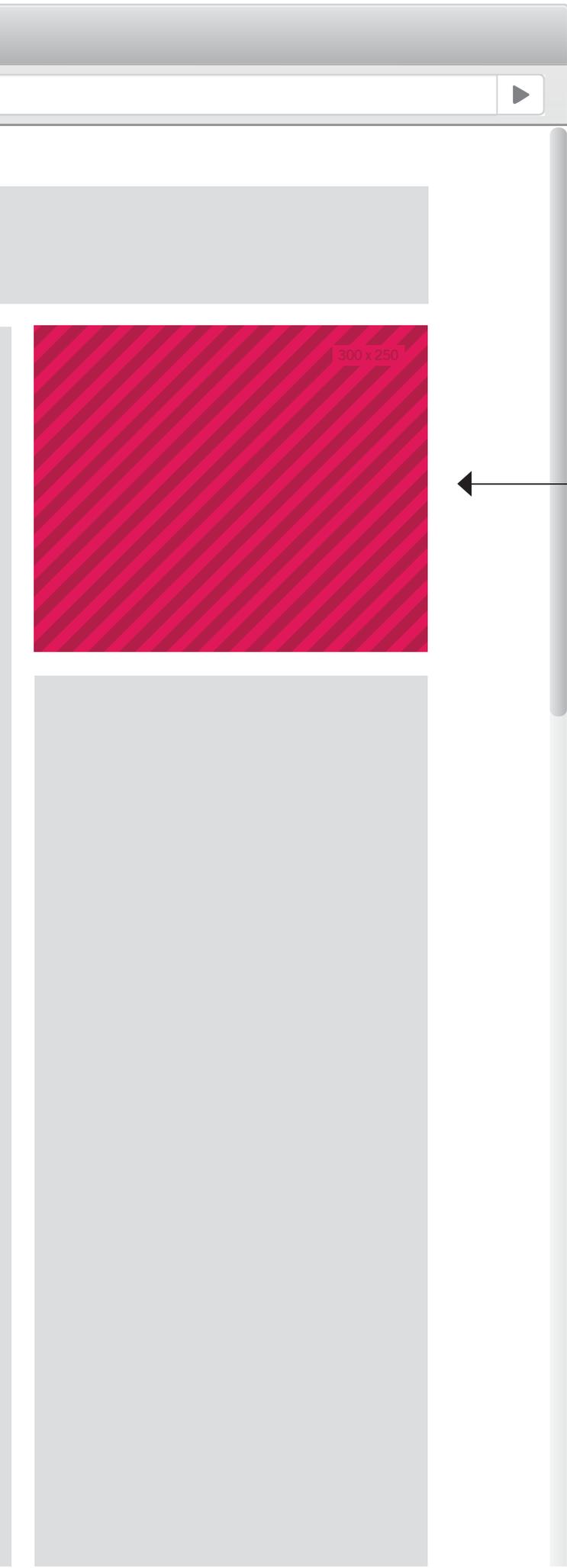
Declarado de Interés Cultural por la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación y de Interés Nacional por la Secretaría General de la Presidencia de la Nación.

Apoyan



Agradecemos especialmente, a los presidentes, jurados y conferencistas de esta edición del festival, a los patrocinadores, auspiciantes, empresas y personas que nos acompañan en el desarrollo año a año de este encuentro internacional. A todo el equipo de producción del evento, al genial equipo de LatinSpots y al excelente equipo de producción del festival, que con garra, pasión y paciencia llevan adelante esta nueva edición de El Ojo. Muchas gracias verdaderamente a todos.

**LatinSpots**



## MIRÁ ESTE ESPACIO.

Los anuncios display impactan, ahora serán impresionantes.

Este espacio es sorprendentemente grande. Millones de experiencias para millones de personas, millones de veces por día. Pero muchas de esas experiencias no significan nada para la gente que las ve. ¿Qué pasaría si significaran algo?

[www.google.com.ar/miraesteespacio](http://www.google.com.ar/miraesteespacio)

Google™