



EL OJO *news*

31

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

AÑO 6 / EDICION 31 - 24 de noviembre de 2010
Buenos Aires, Argentina. Distribución Gratuita

Reserva de espacios publicitarios próximas ediciones 2010:
T: 0054 11 5554 8422
C: elojonews@elojodeiberoamerica.com

Gala de Premiación

El Ojo Classic, Contenido y lo Mejor de Iberoamérica

Hoy conocerán los ganadores de El Ojo Classic, El Ojo Contenido y Desempeño por Iberoamérica.

En PR, Promo e Interactivo

Grandes Ojos para Brasil, Argentina y Guatemala

"Pis en la ducha", "Teletransporter" y "Ringtowns" con Grand Prix en la segunda noche de premiación

Último día de conferencias

Llegan Dawson, Raposo, Mehedff y Bastholm

Hoy, la tercer jornada del Ciclo de Conferencias de El Ojo 2010.

Agenda Miércoles 24

8.30 Apertura de Acreditaciones. Foyer de Acreditaciones.

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

9.00 a 18.00 Proyección de Ganadores: Directo (12.10hs), Promo (13.15hs), El Tercer Ojo (15.45hs), PR (16.20hs) y Campañas Integradas (17.25), El Ojo Innovador y El Ojo en la Producción. Finalistas: El Ojo Cine/TV (9hs). Sala de Proyecciones/Workshops.

10.00 Conferencia de Neil Dawson, Chief Creative Officer de DDB Worldwide para Phillips. **Salón de Conferencias.**

11.30 Conferencia de Leandro Raposo, director general creativo de McCann Erickson Madrid. **Salón de Conferencias.**

14.10 Conferencia de Alex Mehedff, Productor ejecutivo y socio de Hungry Man Brasil. **Salón de Conferencias.**

15.10 Conferencia de Lars Bastholm, Chief Creative Officer de Ogilvy Nueva York y Chief Digital Creative Officer de Ogilvy Norteamérica. **Salón de Conferencias.**

16.30 Conferencia: "La visión de los Presidentes del Jurado". **Salón de Conferencias.**

18.00 Cierre de Sala de Conferencias, de Exposiciones y Proyecciones/Workshops.

18.15 Acreditación Ceremonia de Premiación. Foyer de Acreditaciones

19.15 Cocktail. **Salón Principal.**

20.00 Ceremonia de Premiación. El Ojo Classic, El Ojo Contenido, El Ojo Bicentenario, El Ojo Mundial y El Ojo al Desempeño Iberoamérica 2010. **Salón de Conferencias.**

22.30 Cocktail y fiesta. Artista invitado. **Salón Principal.**



Inspiración y encuentro en El Ojo 2010

Dos días de conferencias y premiaciones junto a los líderes más destacados de la industria publicitaria. En esta edición, todo lo que pasó hasta el momento y lo mejor de El Ojo 2010, en fotos.

Segundo día del Ciclo de Conferencias 2010

La mentes más brillantes junto a los profesionales de la región

Ayer se presentaron en el escenario algunas de las figuras más destacadas de la industria. Entre ellos: Greenberg, Romano, Lopes, Xavier y D' Emilio.



En esta edición, todos los finalistas de Classic, Contenido, Mundial y Bicentenario



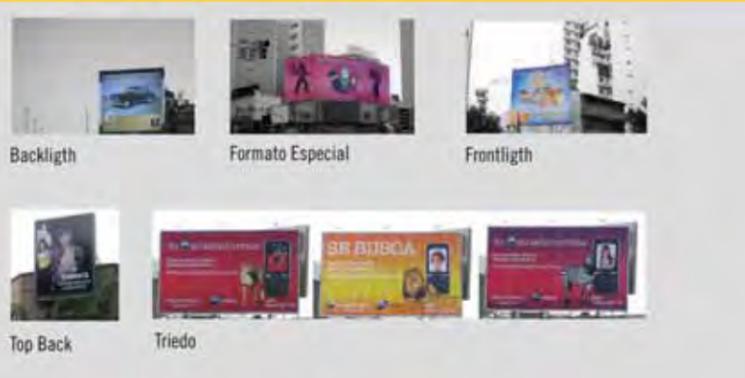
Estamos a cada paso

CLASSICS



Póster 1 Módulo (P1M) Póster 2 Módulos (P2M) Póster 6 Módulos (P6M)

GRANDES FORMATOS



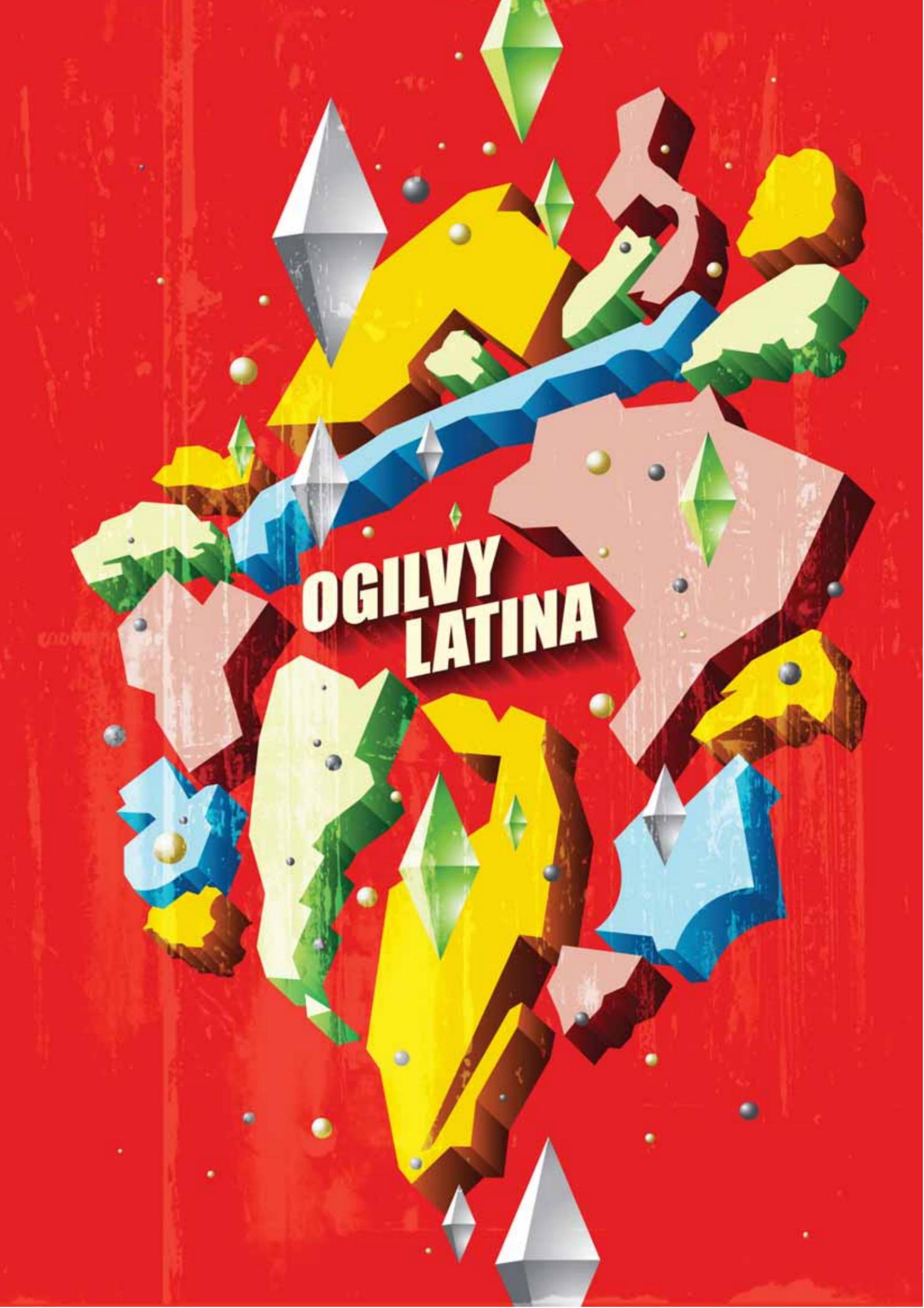
Backligh Formato Especial Frontligh

Top Back Triado

MOBILIARIO URBANO G.B.A.



Carapantalla Municipal (CPM) Pantalla Transiluminda Pantalla transiluminada Viacountry Refugio peatonal



Al servicio de la idea

Las conferencias del segundo día de El Ojo de Iberoamérica quedaron inauguradas con la conferencia "Lo que importa", a cargo de Adilson Xavier, presidente Giovanni +Draftfcb, y de Aurélio Lopes, presidente de Draftfcb Latinoamérica.

Los creativos brasileiros Xavier y Lopes dieron una charla acerca de lo que ellos consideran relevante en cualquier campaña publicitaria: las ideas.

"¿Qué les interesa a los consumidores?", abrió la charla Lopes. Este fue el puntapié inicial para que hiciera un paralelo entre la producción de contenidos mediáticos y su forma de consumo, y el modo en que los publicistas generan sus campañas. Según explicó, en ambos campos hay una multiplicidad de temas de interés entre los cuales es preciso elegir sólo aquellos más relevantes y que despierten en los consumidores la voluntad de compra.

Dada la multiplicidad de mensajes permanentes en el mundo actual, los responsables de Draftfcb desarrollaron un estudio global del que participaron miles de perso-

nas con el fin de conocer qué le interesa a los consumidores y cuánto tiempo le dedican a las piezas publicitarias. Es lo que ellos llamaron "ventana de oportunidades"; es decir, son los segundos que importan. Allí descubrieron que el tiempo medio de atención para una campaña publicitaria es de 6,5 segundos.

Lopes se apropió de la expresión norteamericana "Holly Shit Number" en tanto es el número que puede explicar el punto más importante de una estrategia. La relevancia cualitativa de los números radica, para él, en que permiten a las agencias crear con mayor convicción, al mismo tiempo que los consumidores pueden comprar con mayor confianza.

A su turno, Adilson Xavier presentó una serie de casos publicitarios con el propósito de desterrar el mito de que los nuevos medios



están matando a los más antiguos. Finalizó la exposición afirmando que Argentina tiene un papel muy importante en la creatividad mundial actual y que, a nivel mundial, es considerada vanguardia creativa. Según el presidente de Giovanni +Draftfcb, la única cosa que verdaderamente importa son las ideas y no así la plataforma que se emplee para plasmarla. "Todo el planeamiento tiene sentido porque está al servicio de la idea", afirmó.

Una cuestión de creatividad Pop

Chavo D'Emilio, presidente de TAG BUE y miembro del Consejo Creativo Ejecutivo de McCann Erickson Worldwide, pasó por El Ojo de Iberoamérica con su conferencia "Cultura Pop".

Para presentar su charla "Cultura Pop", Chavo D'Emilio se preguntó: "¿Qué entendemos por ella?". Según explicó, es aquello que la gente toma como propio, eso que tiene impacto en la sociedad y que pasa a formar parte de la memoria colectiva.

Estamos atravesando un momento de la publicidad en el que hay nuevas definiciones de todo. Cómo lograr ser parte de la cultura popular, es la pregunta que atraviesa la exposición de D'Emilio.

Según el creativo, el desarrollo tecnológico quebró los límites de todo lo que se conocía en publicidad hasta el momento y, por ello, hay que rever el rol del marketing en este



contexto. "La era digital trajo nuevos roles para todos", sostiene. Por ello es que hoy en día el marketing en sí mismo, no es suficiente y debe venir acompañado de otros elementos. De ahí el desafío: encontrar esas "Big Ideas" que permitan a la marca volver-

se parte de la cultura pop.

"La publicidad y la creatividad tienen gran poder", afirmó Chavo D'Emilio. Y, en ese contexto, él entiende que las ideas fuertes mandan mensajes culturales. Es la propia cultura pop la que empodera a las ideas, pero luego es responsabilidad de los publicistas valerse de ese impulso para expandirse y seguir influyendo sobre esa misma cultura, explicó.

Cerro la conferencia afirmando que hoy en día existen amplias posibilidades de jugar y crear contenidos sorprendentes y asociados al entretenimiento, dado que ellos son lo que se viene. Para ello, el presidente de TAG BUE sigue "creyendo en la simplicidad de los mensajes".

Con creatividad, llegaremos al consumidor

Jesús Arévalo García, director de marketing digital de Microsoft para Latinoamérica, trabaja con tres marcas que cautivan la atención de millones de usuarios en la región. Y para ello, afirma que es necesario armar estrategias y tomar la iniciativa de ir hacia adelante.

A través de su conferencia "Construyendo marcas a la velocidad del consumidor", Jesús Arévalo García compartió su mirada sobre la importancia de construir marcas que entiendan realmente al consumidor actual. Para ello, el director de marketing digital de Microsoft para Latinoamérica, basó su análisis en tres marcas líderes en servicio de comunicación: Hotmail, Messenger y MSN.

"Estamos viendo crecimientos exponenciales en Latinoamérica: siete de cada diez usuarios utilizan Hotmail; de todo el tiempo consumido en Internet en la región, el 32 por ciento se consume en Messenger; y en el portal de contenidos de MSN, tenemos 110 millones de usuarios y no paran de crecer", afirmó Arévalo García.

Según asegura este creativo, decidieron to-



mar la iniciativa y lanzar un nuevo Hotmail para darle un cambio a todo, agregar nuevas funciones y poder posicionarlo un poco más en el mercado para darle mayor poder al usuario y que pueda aprovechar más su tiempo en internet.

Durante la charla, Arévalo García se propuso recalcar cuatro tendencias. En primer lugar, "mi marca", una manera de expresar perte-

nencia. "Ahora ya no se trata del mass market, ahora se trata de mí, de mis actividades y de todo lo que comparto a través de las redes sociales", aseguró. Luego, definió "el poder del individuo". Según el publicista, se refiere a todo lo que podemos hacer y comunicar: ya no se empuja a los usuarios, ahora ellos eligen qué decirle a sus amigos y cómo comunicarlo. En tercer y cuarto punto, resaltó "un mundo contextual" –personas multitasking, permanentemente localizables– y "la calidad de vida" –paradójicamente, las personas se están focalizando más en vivir una vida mejor. "En la medida en que seamos capaces de captar esto en las campañas, podremos captar mejor al consumidor", expresó el director de marketing digital de Microsoft para Latinoamérica. Para apoyar sus puntos de vista, Arévalo García mostró cuatro ejemplos de Microsoft.

En la era de la interacción

Fernanda Romano, directora creativa global de Euro RSCG Interactive fue una de las invitadas de lujo de El Ojo 2010. El eje de su conferencia fue la creatividad y los medios sociales.

"Ya no se puede ser sólo creativos, hay que informarse todo el tiempo. Ya no se puede hablar de era digital. Esta es la 'digital interaction age'", fueron las sugestivas palabras de Fernanda Romano.

Romano había comenzado su charla preguntándose qué podría dejar si muriese mañana, en un contexto en el que internet permite que todo el mundo esté enterado de la vida del resto de las personas. Según la creativa, en esta época digital las vidas reales e interactivas conviven; por ello es preciso cambiar el modo de pensar. Las huellas digitales persisten aún ante la ausencia de los sujetos, expresó. Todo cambió y, por ello, es preciso re-valor los modos de hacer.

A Romano no le gusta la palabra "Digital". Es más, "hablar de digital es limitante", sostuvo.

A modo de cierre de una charla que resultó descontracturada y marcada por la pluralidad de lenguas en las que la conferencista habla, la directora creativa global de Euro RSCG Interactive recomendó mantener presentes cinco puntos para poder hacer publicidad en esta época de interacción digital: recordar que todo se trata de personas y no de grandes ideas como suelen decir las personas del medio; autoconsiderarse viejos y mirar a los niños quienes tienen naturalizado el uso de las nuevas tecnologías; estudiar cómo viven los japoneses cuyos estilos de vida suelen ir a la vanguardia en nuevos modos de comporta-



miento; no olvidar que el cyber espacio y el espacio real conviven y, finalmente, que siempre estaremos desactualizados y es preciso seguir estudiando, aún si se es CEO de una empresa. Sólo de este modo será posible poder crear interacción en soporte digital.

La agencia de la era digital

Durante su conferencia en el segundo día de El Ojo de Iberoamérica 2010, el creativo Bob Greenberg mostró los cambios que llevó a cabo R/GA a lo largo de los últimos años, para continuar vigente. Como presidente a nivel Worldwide, dio algunos consejos sobre el compromiso que hay que tener con la tecnología.

“Hablamos desde un modelo totalmente nuevo, basado en cambios. Ahora a la tecnología –que continúa cambiando con el tiempo– se le suma la economía y ya no la creatividad. Pero las agencias todavía no vieron el impacto de la Internet, muchas no se han puesto a tono para trabajar bien con ella”, sostuvo Bob Greenberg, presidente de R/GA Worldwide. Durante su conferencia, titulada “Diseñando una agencia para la era digital”, el creativo habló sobre el nuevo diseño de la agencia y mostró el ejemplo de Nike+ para explicar los significados del mix entre sistema operativo, plataforma y campaña.

Según Greenberg, R/GA comenzó como una agencia boutique y, poco a poco, llegó a convertirse en interactiva. Si bien es cierto que, gracias a la mayoría de los clientes, hoy son una empresa internacional, la idea es llegar a ser globales en un corto tiempo. “En diciembre de 2004 empezamos a trabajar de una forma diferente y creo que seguirá así hasta 2013. La tecnología siempre ha producido un fuerte impacto en las comunicaciones y, tanto el diseño como la agencia, se vieron afectados”, aseguró el publicista, quien también afirmó que, si bien en este momento están construyendo una agencia desde foja cero, dentro de tres años tendrán “una agencia totalmente loca”.

Todo es sobre los cambios y la forma en que las agencias se adaptan a ellos. El ritmo se está acelerando cada vez más y aquellos que no se adaptan quedarán en el camino. “Tenemos que seguir avanzando con los cambios en la tecnología. No se trata sobre lo que nosotros decidimos que es mejor sino sobre lo que los consumidores creen que es mejor. El negocio se sigue moviendo y usted tiene que acompañarlo”, sostuvo Greenberg.

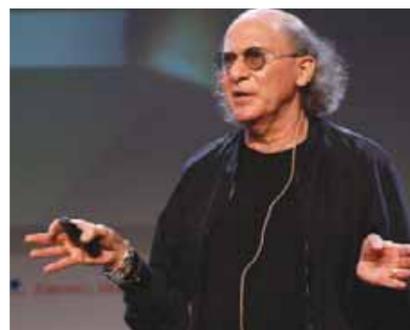
A sala llena, y a lo largo de una hora de con-



ferencia, el presidente de R/GA Worldwide mostró algunos comerciales de Nike+, cliente para el cual crearon el sistema operativo, plataforma y campaña. “Nadie tiene que pensar en el contenido, en este ejemplo se muestra la integración social, una categoría nueva que se concentra en el ser humano”, contó Greenberg, quien también agregó: “En la parte superior está la plataforma, super importante para realizar proyectos. Y la campaña, por encima: es el evento en sí”.

A lo largo de lo que va del 2010, la agencia –una de las más influyentes de innovación y publicidad en el mundo– abrió cuatro nuevas sedes, sumando, así, un total de siete. La compañía tiene, hoy por hoy, oficinas en Nueva York, San Francisco, las afueras de Londres y Singapur, entre otras. Próximamente, abrirán una nueva en Buenos Aires.

Greenberg ha ganado casi todos los premios a la creatividad que existen, incluyendo un premio Oscar, Clíos y Leones, y fue



presidente del jurado de Caber en Cannes 2004, jurado en Tinanium en 2005 y presidente del jurado en la misma categoría en 2010. “Lo importante es que el impacto de la tecnología está cambiando todo lo que nos rodea. El futuro es de gran entusiasmo”, finalizó Greenberg, este pionero de la industria de la comunicación, en el segundo día del Ciclo de Conferencias de El Ojo de Iberoamérica 2010.

Los ingleses inventaron el fútbol.

El campeón del mundo es latino.

DDB Latina
Influenciamos el mundo.

Conferencias | Miércoles



10.00 HS - NEIL DAWSON



A través de los ojos de un niño

Es el Chief Creative Officer de DDB Worldwide para Philips y uno de creativos más importantes del Reino Unido y Europa. En su conferencia, el creador de uno de los avisos premiados de la historia de la publicidad, hablará de la creatividad a través de los ojos de un niño y compartirá toda su experiencia en la industria de la comunicación.

11.30 HS - LEANDRO RAPOSO



AR1132 EZE-MAD. IB6843 MAD-EZE.

Conocido por el poder de sus historias, el director general creativo de McCann Erickson Madrid, llega a la Argentina para hablar de la artesanía de marcas y su recorrido en la industria publicitaria regional, que lo llevó de Buenos Aires a Madrid, y de vuelta a El Ojo 2010.

14.30 HS - ALEX MEHEDFF



Creatividad vs. Presupuesto. La lucha eterna

Es el líder de la sede brasileña de una de las casas productoras más reconocidas de la industria internacional. Desde su posición de productor ejecutivo de Hungry Man Brasil, Mehedff centrará su charla en las situaciones diarias que se deben superar para poder llevar a cabo un trabajo creativo que al mismo tiempo tenga en cuenta las necesidades económicas de cualquier negocio.

15.10 HS - LARS BASTHOLM



Una nueva definición de creatividad

El director creativo interactivo de Ogilvy Norteamérica y Chief Creative Officer de Ogilvy Nueva York, compartirá con el público asistente a El Ojo, toda su experiencia al frente del cambio hacia lo digital que Ogilvy Worldwide empezó alrededor de mundo. Un visionario que siempre está un paso más allá de la innovación.

16.30 HS - PRESIDENTES DEL JURADO



La visión de los encargados de elegir los Grandes Ojos 2010

Raposo (Cine/TV), Ortiz (Tercer Ojo y Campañas Integradas), Bigio (Vía Pública), Sanches (Gráfica), Puebla (Radio), Romano (Interactivo), Techera (Innovador), Lambertini (Promo) y Piranda (Directo) aportarán su visión de la elección presencial de los GP del festival, llevada a cabo por primera vez en la historia del evento.



TODOS LOS PREMIADOS DE LA SEGUNDA GALA DE EL OJO 2010

Ganadores

El Ojo Interactivo, El Tercer Ojo, El Ojo Campañas Integradas, El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo PR y El Ojo Sustentable.

En la segunda Gala de Premiación de la XIII edición de El Ojo de Iberoamérica fue el turno de conocer lo mejor en publicidad interactiva, en ideas y campañas que ven más allá, en marketing directo, acciones de promociones y de relaciones públicas y en casos que acompañan a este mundo cada vez más sustentable.

PREMIO | **OJO INTERACTIVO**

Premio Auspiciado por: 

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Ringtowns	Ogilvy & Mather Guatemala	Claro Guatemala	Cobertura	CAM y C.
IT1 - Banners espacio fijo					
ORO	Not found	DDB Tribal Colombia	Fundación País Libre	Programa contra el secuestro	Colombia
PLATA	Clasificados impredecibles	Sancho BBDO	Éxito	Seguros Éxito	Colombia
BRONCE	Banner hecho en el momento	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Brasil
IT2 - Banners dinámicos / expandibles					
ORO	Fox al revés	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Novo Fox	Brasil
ORO	Jungla	DDB Tribal Colombia	Fundación País Libre	Programa contra el secuestro	Colombia
PLATA	Ey Nextperience	Empresas de Higiene Urbana	Jugá Limpio	Argentina	Argentina
PLATA	Grito	JWT Brasil	Johnson & Johnson Brasil	Band-Aid	Brasil
BRONCE	Rexona take over	United Virtualities	Unilever México	Rexona Women	México
IT3 - Microsites - Productos					
ORO	Ferrorama	DDB Brasil	Estrela	Ferrorama	Brasil
PLATA	Día del amigo	Notable Publicidad	Fábricas Nacionales de Cerveza	Pilsen	Uruguay
BRONCE	Tweet libros	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
IT4 - Microsites - Servicios					
ORO	Días extraños	JWT Brasil	Ford Brasil	Ranger	Brasil
ORO	Hora de horror	NBS	Hopi Hari	Hopi Hari	Brasil
BRONCE	Nike 10K	Wikot Venezuela	Nike	Nike 10K	Venezuela
IT5 - Microsites - Bien Público					
ORO	Menos lamentos más ayuda	Mayo-draffcb		Mayo-Draffcb	Chile
PLATA	Cada dos horas	JWT San Juan	Cruz Roja Americana	Servicio Público -AH1N1	Puerto Rico
BRONCE	Ajuda um amigo	Strat	União Zoófila	União Zoófila	Portugal
IT6 - Sitios web - Imagen corporativa y/o Autopromoción					
ORO	Ese anuncio es mío	Leo Burnett Iberia (España)	Portfolio Night	Portfolio Night 8	España
PLATA	Seis mil colores	Tribu DDB	Grupo Kativo	Pinturas Protecto	Centroamérica y Caribe
PLATA	Un sitio en un tweet	Kamchatka	Kamchatka	Servicios de marketing	Argentina
IT7 - Sitios web - Productos y Servicios					
ORO	Adidas - El poder de la roja -	Netthink	Adidas España	Camiseta Selección Española	España
ORO	Seis mil colores	Tribu DDB	Grupo Kativo	Pinturas Protecto	Centroamérica y Caribe
PLATA	One thing leads to another	AgênciaClick Isobar	Fiat	New Doble 2010	Brasil
BRONCE	Sensografía	Noplun	Sol Melia Group	Restaurante gastronómico Dos Cielos	España
IT8 - Sitios web - Bien Público					
ORO	Dona palabras	RC Comunicação	Instituto Mário Penna	Hospital Mário Penna	Brasil
PLATA	Tyrannybook	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Portugal
BRONCE	Digital Invaders	Grupo W	Digital Invaders	Digital Invaders	México
IT9 - Advergaming					
ORO	Podium grand prix	AgênciaClick Isobar	Petrobrás	falta dato	Brasil
BRONCE	Axe musicstar	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Music	Argentina
BRONCE	Guitar hero Kellogg's	Leo Burnett Colombiana	Kellogg's Colombia	Corn Flakes / Chocokrispis / Zucaritas	Colombia
BRONCE	Ultimate ID Championship	iThink Online Driven Agency	Telefónica Brasil	Froot Loops / Chocopops	Brasil
IT10 - Interactive tools					
ORO	Aleph tweets	LODUCCA	Paulo Coelho	AlephTweets	Brasil
PLATA	Los niños con cáncer no pueden esperar	Ogilvy Brasil	GRAACC	Institucional	Brasil
BRONCE	Done su sitio web	Ogilvy & Mather Brasil	Graacc	Institucional	Brasil

PREMIO | **OJO INTERACTIVO**

Premio Auspiciado por: 

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
IT11 - Mobile					
ORO	Ringtowns	Ogilvy & Mather Guatemala	Claro Guatemala	Cobertura	Centroamérica y Caribe
PLATA	Tú Receta Perfecta (iPhone)	Grupo W	Unilever de México	Knorr	México
BRONCE	500 faces	AgênciaClick Isobar	FIAT	FIAT 500	Brasil
BRONCE	Spacefox art maker	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Spacefox	Brasil
IT12 - Email Marketing					
ORO	Email premio invisible	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
PLATA	Store + Historias que venden esperanza	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Cruz Roja Portuguesa+cruz Roja Spain	Selling Stories of hope	Portugal
BRONCE	Un mail que se inunda	Leo Burnett Colombiana	WWF	Calentamiento global	Colombia
IT13 - Viral Marketing					
ORO	Andes Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería Y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
BRONCE	Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina
BRONCE	Pipi en la ducha	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Institucional	Brasil
IT14 - Branded content					
ORO	4 sentidos	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturissimos de Campofrío	España
ORO	9 meses en vivo	Ogilvy & Mather Argentina	Kimberly Clark	Huggies	Argentina
PLATA	Smint me mode by Stylr	Draffcb España	Chupa Chups Sau-smint	SMINT	España
BRONCE	Historias de carácter	Grey Publicidad Uruguay	Establecimiento Juanicó	Don Pascual	Uruguay
IT15 - Campaña on line					
ORO	Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina
PLATA	Este Troller es tuyo?	JWT Brasil	Troller	Troller	Brasil
BRONCE	Billboard	Almap BBDO	Billboard	Billboard	Brasil

PREMIO | **TERCER OJO**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
T01: Productos y Servicios						
ORO	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
PLATA	Cambiazio	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero		España
PLATA	Whopper Face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Bossa Nova Films	Brasil
BRONCE	Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina Cine	Argentina
BRONCE	Historias de campo	JWT Argentina	Ford Argentina	Ford Ranger	Pioneer Productions / Agosto	Argentina
T02: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.						
ORO	Tyrannybook	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional Portugal		Portugal
PLATA	Fubb	Notable Publicidad	Federación Uruguaya De Basketball	Torneo Metropolitano de Basketball	Andrés Andrada / Agustina Alegresa	Uruguay
BRONCE	Chupos	DDB Colombia	Fuerzas Militares de Colombia	Programa para reintegrar guerrilleros a la vida civil	Alejandro Ussa	Colombia
BRONCE	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

PREMIO | **CAMPAÑAS INTEGRADAS**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
C11: Campañas de Productos y Servicios						
ORO	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
PLATA	Vea como es hecho	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard		Brasil
BRONCE	Copa del Rey	McCann Erickson España	Club Asefa Estudiantes	Club Baloncesto Copa del Rey	Ovideo	España
BRONCE	Otto	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Quilmes	Fight by Flehner	Argentina
C12: Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.						
ORO	Pis en la ducha	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Institucional	Prodigo Films	Brasil
PLATA	Mensaje en una botella	Leo Burnett Iberia (España)	Fundación Allius	1 kg de ayuda	Leo Burnett Iberia	España
BRONCE	Atentado a la Argentina	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional		Argentina
BRONCE	Sr Amor	JWT Argentina	Ejército de Salvación	Institucional		Argentina

PREMIO | **OJO DIRECTO**

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
MD1 - Correo Directo					
ORO	Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina
PLATA	Store mas Historias que venden esperanza	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Cruz Roja Portuguesa+cruz Roja Spain	Selling Stories of hope	Portugal
BRONCE	Hombres con trenzas	Circus Marketing	Unilever México	Axe Ex friend	México
BRONCE	Muestra de semen	Soul	Sectores de Publicar	Catálogo de salud	Colombia
BRONCE	Trofeo autodestructivel El Ojo	Santa Clara		Festival 2010	Brasil
MD2 - Medios Masivos Audiovisuales (Cine/ TV, Radio, Gráfica y Via Pública)					
ORO	La máquina de la Amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
ORO	La vending machine del bien	Giovanni+Draffcb	Fundação Abrinq	Institucional	Brasil
PLATA	Espacios donados	Lowé Ginkgo	Fundación Logros	Programa Huertas Orgánicas	Uruguay
BRONCE	Caso bigote	(anónimo)	Casa Cuervo México	Casa José Cuervo	México
MD3 - Medios Digitales (Internet / Celulares)					
ORO	4 sentidos	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturissimos de Campofrío	España
ORO	Amarok live test	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Amarok	Brasil

TODOS LOS PREMIADOS DE LA SEGUNDA GALA DEL OJO 2010

PREMIO | OJO DIRECTO

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
BRONCE	Ringtowns	Ogilvy & Mather Guatemala	Claro Guatemala	Cobertura	Centroamérica y Caribe
MD4 - Medios Alternativos					
ORO	\$73.000 Bar Tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Institucional	Brasil
PLATA	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
MD5 - Acciones en el campo					
ORO	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
PLATA	Whopper Face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Brasil
BRONCE	Cambiazio	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España
BRONCE	Hincha oficial	DDB Argentina	Puma Argentina	Club Atlético Independiente	Argentina
MD6 - Campaña Integral de Marketing Directo					
ORO	Castling	Grey Argentina	Playboy Argentina	Castling tapa de revista Playboy	Argentina
ORO	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
PLATA	Yo conozco a Pik	La Facultad	Porta	Pik.com	Ecuador
MD7 - Mejor Acción generadora de ventas para la marca					
ORO	Mensaje en una botella	Leo Burnett Iberia (España)	Fundación Altius	1 kg de ayuda	España
PLATA	Mode by stylr	Drafftcb España	Chupa Chups Sau-smint	Sau Smint	España
BRONCE	Done su sitio web	Ogilvy & Mather Brasil	GRAACC	Institucional	Brasil
BRONCE	Hincha oficial	DDB Argentina	Puma	Club Atlético Independiente	Argentina
MD8 - Mejor Acción generadora de fidelidad y/o construcción de marca					
ORO	4 sentidos	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturissimos de Campofrío	España
ORO	El Poder de la Roja	Netthink	Adidas España	Lanzamiento camiseta España	España
PLATA	La máquina de la Amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
BRONCE	Whopper Face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Brasil

PREMIO | OJO PROMO

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GRAN OJO	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
PM1 - Promociones en el punto de venta					
ORO	\$73.000 Bar Tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Institucional	Brasil
PLATA	La máquina de la Amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
PLATA	Whopper Face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Brasil
PM2 - Eventos Auspicios y Patrocinios					
PLATA	Vivi sin límites	CraverotLanis BTL	Procter & Gamble Argentina	Gillette y Head & Shoulders	Argentina
BRONCE	El día de los 200	Drafftcb España	VARMA	Ron Barceló	España
BRONCE	Tú bella en la foto	Leo Burnett Brasil	Procter & Gamble Brasil	Koleston	Brasil
PM3 - Promociones de descuentos y Bonificaciones					
ORO	La máquina de la Amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
ORO	Valijas	Pagés BBDO	Tricom	División de negocios	Centroamérica y Caribe
PLATA	Una historia que nos pasa cada 8 o 12 años	Publicis Impetu	Nuevo Siglo Cable Tv	Mundial	Uruguay
BRONCE	E-mail premio invisible	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
PM4 - Premios y Recompensas. Sampling y Packaging					
ORO	Un sticker que ayudo a vender 28 millones de estihnas	Giovanni+Drafftcb	Habib's	Bib'sfiha	Brasil
PLATA	Castling	Grey Argentina	Playboy Argentina	Castling tapa de revista Playboy	Argentina
BRONCE	Árbol de chocolate	Ogilvy & Mather Brasil	Kraft Foods Brasil	Chocolate Mini Bis	Brasil
BRONCE	Hicimos que lo increíble pasara	Publicis Colombia	Nestlé Purina Petcare de Colombia	Purina Dog Chow	Colombia
PM5 - Promociones Integradas					
ORO	Hombre Lija	Contrapunto BBDO	Procter & Gamble España	Gillete Fussion	España
ORO	Store mas Historias	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Cruz Vermelha Portuguesa	Selling Stories of hope	Portugal
PLATA	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
BRONCE	Robertus	McCann Erickson España	Coca Cola España	Fanta	España
PM6 - Lanzamiento de producto					
ORO	Rifo medio escarabajo	F/Nazca	Itaú Unibanco	Crédito Universitario	Brasil
PLATA	Reload	Pagés BBDO	Tricom	Internet Banda Ancha Real	Centroamérica y Caribe
BRONCE	Ferrorama	DDB Brasil	Estrela	Ferrorama	Brasil
BRONCE	Hombres con trenzas	Circus Marketing	Unilever México	Axe Ex Friend	México
BRONCE	Realidad aumentada	Leo Burnett Brasil	Rossi	Ipiranga One	Brasil
PM7 - Posicionamiento					
ORO	\$73.000 Bar Tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Institucional	Brasil
PLATA	Fubb	Notable Publicidad	Federación Uruguaya De Basketball	Torneo Metropolitano de Basketball	Uruguay
BRONCE	Atentado a la Argentina	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional	Argentina
BRONCE	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
PM8 - Activación					
PLATA	Cambiazio	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España
PLATA	Hotel save the beach	JWT España	Grupo Modelo España	Cerveza Corona	España
PLATA	La máquina de la Amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca Cola	Argentina
ORO	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina

PREMIO | PR

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
PR1 - Acciones para el consumidor					
ORO	El Poder de la Roja	Netthink Isobar	Adidas España	Camiseta Selección Española de Fútbol	España
PLATA	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
BRONCE	Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
PR2 - Acciones de Comunicaciones corporativas					
ORO	Eu ja sabia	Dcs	Olympikus	Olympic Committee	Brasil
ORO	La maratón por el agua	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Lidl & C*	Project Viva	Portugal
PR3 - Manejo de Crisis					
ORO	Romería Virtual	jotabequ / Grey	Iglesia Católica	Radio Fides	Centroamérica y Caribe
PR4 - Bien Público					
ORO	\$73.000 Bar Tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Institucional	Brasil
PLATA	Cada dos horas	JWT San Juan	Cruz Roja Americana	Servicio Público - AH1N1	Puerto Rico
BRONCE	Romería Virtual	jotabequ / Grey	Iglesia Católica	Radio Fides	Centroamérica y Caribe
PR5 - Acciones Digitales y en Redes Sociales					
ORO	Tyrannybook	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Portugal
PLATA	Bovap	LiveAD	Corretora Souza Barros	Home Broker	Brasil
PR6 - Campañas					
ORO	Di no al winter blues	DDB España	Promotur	Turismo de Canarias	España
ORO	Pis en la ducha	F/Nazca	Fundação SOS Mata Atlântica	Institucional	Brasil
PLATA	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

PREMIO | SUSTENTABLE

Premio	Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
ST1 - El Ojo Social - RSE						
ORO	Sr Amor	JWT Argentina	Ejército de Salvación	Institucional		Argentina
PLATA	Unique types	AgenciaClick Isobar	AACD	AACD		Brasil
BRONCE	\$73.000 Bar Tab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Institucional	Hungry Man	Brasil
BRONCE	Segregator project	Proximity Colombia	Fundación Arcángeles	Concientización discapacidad		Colombia
ST2 - El Ojo Eco						
ORO	Hotel save the beach	JWT España	Grupo Modelo España	Cerveza Corona	Sr. Goldwin	España
PLATA	Ley de Glaciares Ya	Young & Rubicam Argentina	Greenpeace Argentina	Institucional	Argentina Cine	Argentina
PLATA	Tala de árboles	Young & Rubicam Argentina	Solo un planeta	Institucional		Argentina
BRONCE	Carbono zero	Strat	CTT Correios de Portugal	Institucional	Ministério Dos Filmes	Portugal

*El listado de finalistas de El Ojo Interactivo que apareció en EIOJoNews 30 debería haberse extendido hasta la categoría 15 y no hasta la nueve como fue publicado. El listado completo de finalistas puede verse en sitio de LatinSpots en: www.latinspots.com/website/nota.php?notaid=22614

DIRECTORS
 Adriana Laham / Henry Mezial / 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



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

Grandes Premios y exigencia del jurado

En la entrega de premios a la mejor creatividad interactiva, marketing promocional, marketing directo, casos de relaciones públicas, ideas y campañas que ven más allá y piezas de sustentabilidad, los Grandes Ojos de la noche fueron para "Ringtowns", "Teletransporter" y "Pis en la ducha".

El Ojo de Iberoamérica 2010 sigue bien arriba. Luego de dos días de grandes conferencias, durante la segunda noche de premiación se entregaron tres Grandes Ojos en Interactivo, Promo y PR. Ellos fueron: "Ringtowns", de Ogilvy & Mather Guatemala para Claro (Gran Ojo Interactivo), "Teletransporter" de Del Campo Nazca S&S para Cerveza Andes (Gran Ojo Promo) y "Pis en la ducha" de F/Nazca para SOS Mata Atlántica (Gran Ojo PR).

LOS "RINGTOWNS" SORPRENDIERON EN INTERACTIVO

La agencia guatemalteca de Ogilvy & Mather sorprendió al llevarse el máximo galardón de El Ojo Interactivo. De forma unánime y con sólo una vuelta de votación, los Presidentes del Jurado decidieron entregarle el GP a "Ringtowns", el caso de internet que la empresa creó para su cliente Claro. La pieza, que intenta mostrar el alcance de la cobertura de la compañía en todo el país fue altamente halagada por el jurado.

Además, en esta edición de se entregaron 50 premios de El Ojo Interactivo. Brasil se llevó 7 de los 19 oros; tres fueron para Argentina y España; y dos para Colombia y Centroamérica y Caribe. Por su parte, Chile y México recibieron un oro cada uno. En cuanto a los platas, Brasil volvió a estar primero, al ser galardonado con cuatro estatuillas y, en segundo lugar, estuvieron Argentina y Portugal con dos cada uno. Tanto Centroamérica y Caribe como Colombia, España, México, Puerto Rico y Uruguay recibieron uno. Por último, entre los bronce: Brasil obtuvo siete, México tres y Colombia dos. Por su parte, Argentina, España, Portugal, Uruguay y Venezuela se llevaron uno cada uno.

En cuanto a las agencias galardonadas, Almap BBDO y JWT Brasil fueron las más

premiadas (dos oros y un bronce; un oro y dos platas, respectivamente) y, entre las argentinas, Leo Burnett Argentina se destacó con un oro y un bronce en la categoría. Los oros en España fueron repartidos entre Leo Burnett Iberia (España) y McCann Erickson España, uno para cada uno. Tribu DDB (Centroamérica y Caribe) se destacó con su adquisición de un oro y un plata. Y en cuanto a las agencias colombianas, DDB Tribal Colombia y Leo Burnett Colombia se llevaron dos oros y dos platas, respectivamente.

EN ESPERA HASTA 2011

Luego de un debate caliente y con mucho compromiso. Los Presidentes del Jurado mostraron su rigurosidad y exigencia, al acordar no entregar ningún Gran Ojo en las categorías de El Tercer Ojo y El Ojo Campañas Integradas. La decisión se basó en que no encontraron ninguna pieza entre las inscriptas, que reflejará aquella idea que ve más allá.

Respecto al resto de los premios entregados, Argentina y Portugal recibieron dos oros El Tercer Ojo. Mientras que España, Brasil y Uruguay recibieron un plata cada uno. En bronce, Argentina quedó primera al recibir dos; mientras que Colombia y Centroamérica y Caribe se llevaron una estatuilla cada uno.

En cuanto a las agencias ganadoras, todas recibieron un premio cada una: Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, Leo Burnett Argentina y JWT Argentina (Argentina), Ogilvy & Mather Brasil (Brasil), JWT Costa Rica (Centroamérica y Caribe), DDB Colombia (Colombia), McCann Erickson - (España), Leo Burnett Iberia (Portugal) y Notable Publicidad (Uruguay).

Por el lado de El Ojo Campañas Integradas, se entregaron 6 galardones, fueron dos



oros, dos platas y cuatro bronce. El país más reconocido fue Argentina con un oro y tres bronce. Los mismos fueron para Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi (un oro), Ogilvy & Mather Argentina (un bronce), Young & Rubicam Argentina (un bronce) y JWT Argentina (un bronce). Los otros dos ganadores fueron Brasil, con un oro y un plata, y España, con un plata y un bronce.

TELETRANSPORTER, OTRA VEZ ARRIBA

El caso creado por la agencia argentina Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi para Cerveza Andes se llevó otro GP, esta vez El Gran Ojo Promo 2010. Nuevamente, de forma unánime, los presidentes del jurado, decidieron que "Teletransporter" fue el mayor caso en reflejar la actualidad de Promo & Activation en la región.

También, este 2010, hubo un total de diez oros, once platas y once bronce. En oros, Brasil quedó primera al recibir cuatro, luego Argentina con tres y, por último, Centroamérica y Caribe, España y Portugal fueron galardonadas con uno. Cuatro platas recibió España, y dos Centroamérica y Caribe, España y Uruguay. Brasil se quedó con uno. En los bronce, Brasil obtuvo cuatro; España y México, dos; Argentina, Centroamérica y Caribe y Colombia, uno cada uno.



De la red Ogilvy & Mather, la filial brasileña se llevó cuatro premios (dos oros, un plata y un bronce), igual cantidad que la agencia argentina (un oro, un bronce y dos platas). El segundo lugar, con dos premios cada una, fue compartido entre Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi (Argentina; dos oros), Pagés BBDO (un oro, un plata), JWT Costa Rica y McCann Erickson España (un plata y un bronce cada uno) y Leo Burnett Brasil (dos bronce).

12 OROS EN EL OJO DIRECTO

A diferencia de 2009, cuando "La tienda que vende esperanza" de Leo Burnett Portugal, fue clara candidata y ganadora de El Gran Ojo Directo, este año la decisión de los Presidentes del Jurado fue dejar desierto el GP de la categoría y esperar mejor suerte para 2011, al no encontrar ninguna pieza que cumpliera con las premisas planteadas.

Por otro lado, El Ojo Directo entregó este año doce oros, siete platas y diez bronce. Los países que lograron llevarse el oro fueron Argentina y España (cuatro cada uno), Brasil (tres) y Centroamérica y Caribe (uno). En cuanto a los países más premiados, la Argentina y Brasil tuvieron un muy buen de-

sempño con siete premios cada uno (cuatro oros, un plata, dos bronce; tres oros, un plata, tres bronce, respectivamente). España se ubicó detrás de ellos con dos oros, un plata y un bronce; Centroamérica se llevó un oro, un plata y un bronce; y México dos bronce. Completaron la lista de ganadores Ecuador, Portugal y Uruguay, con un plata cada uno; y Colombia con un bronce. En cuanto a las agencias más galardonadas, el primer puesto lo ocupa Ogilvy & Mather Brasil con un oro, un plata y un bronce; seguida por McCann Erickson España, con dos oros y un bronce. El tercer lugar lo ocupan las argentinas Ogilvy & Mather Argentina (un oro, un plata), DDB Argentina (dos bronce) y, de Centroamérica y Caribe, JWT Costa Rica (un oro y un plata).

UN "XIXI" DE ORO

En una categoría que no suele entregar Grand Prix, este año la agencia brasileña F/Nazca S&S logró consagrarse con el primer Gran Ojo de PR de la historia del festival. Los Presidentes del Jurado coincidieron que tanto su premisa de generar conciencia en el consumidor y su ejecución de relaciones públicas eran merecedoras de un reconocimiento mayor. Es por eso, que decidieron

entregarle el GP de PR.

Además, el jurado de El Ojo PR compuesto de 10 profesionales de la región entregó un total de 13 premios: ocho oros, cuatro platas y un bronce.

Los países que se llevaron la mayor cantidad de premios fueron: Brasil y Centroamérica y Caribe con cuatro y tres premios cada uno, respectivamente. El tercer lugar estuvo compartido entre España y Portugal, con dos galardones y, el cuarto, por Puerto Rico y Centroamérica y Caribe con uno. Leo Burnett Iberia (Portugal) con dos oros y Jotabequ/Grey (Centroamérica y Caribe) con un oro y un bronce se convirtieron en las más galardonadas de la categoría.

UNA REGIÓN COMPROMETIDA

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

LO MEJOR DE LA SEGUNDA CEREMONIA DE PREMIACIÓN



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

Anoche se entregó su primera edición, y entre los dosoros uno fue para España, y Argentina, se llevó el restante, además de dos de los tres platos que compartió junto con Brasil. En bronces, Colombia, Brasil y Portugal se llevaron uno cada uno. Young & Rubicam Argentina fue la agencia más galardonada al llevarse dos premios en la categoría El Ojo Sustentable. Por su parte, JWT Argentina, AgênciaClick Isobar, Ogilvy & Mather Brasil, Proximity Colombia, JWT España y Strat se llevaron una estatuita cada una.



LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA ÚLTIMA NOCHE DE PREMIACIÓN

Finalistas

El Ojo Classic, El Ojo Contenido, El Ojo Bicentenario y El Ojo Mundial.

Hoy por la noche se conocerán los últimos ganadores de El Ojo de Iberoamérica 2010. En este listado, todos los finalistas de El Ojo Cine/TV, El Ojo Gráfica, El Ojo Via Pública, El Ojo Radio, El Ojo Contenido, El Ojo Bicentenario y El Ojo Mundial.z

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
TV1: Alimentos, lácteos, golosinas y snack					
Diana Arroz	Madre	Molinos Río de La Plata	Arroz Lucchetti	Reino	Argentina
Pájaro carpintero	BBDO Argentina	Pepsico Argentina	Twistos	Primo Buenos Aires	Argentina
Arroba	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Seven	Peluca Films	Argentina
The kiss	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Kiss	Casa Olga	Argentina
Asado	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Seven	Peluca Films	Argentina
Golpéame	Lola	Unilever España	Cornetto Helados	Primo Buenos Aires	España
T-MO-T	McCann Erickson España	Campofrio España	Finissimas de Campofrio	Agosto	España
TV2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos					
Otto	Young & Rubicam Argentina	Cerveceria y Maltería Quilmes	Cerveza Quilmes	Fight by Flehner	Argentina
Cientoveintenario	Young & Rubicam Argentina	Cerveceria y Maltería Quilmes	120 años	Argentinnacle	Argentina
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cerveceria y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
Pídele un tiempo	DDB Argentina	Cerveceria Cuauhtémoc Moctezuma	Cerveza Sol	Central Films	México
Traductor	DDB Argentina	Cerveceria Cuauhtémoc Moctezuma	Sol	Central Films	México
TV3: Bebidas no alcohólicas					
Cambiao	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero		España
Matte retro	Santa Clara	Coca Cola Brasil	Cha matte	O2 Filmes	Brasil
Tía	Ogilvy & Mather México	Coca Cola México	Sprite Negro	GB Producciones	México
Baño (Sprite)	Ogilvy & Mather México	Coca Cola México	Sprite Negro	GB Producciones	México
Sandia	Ogilvy & Mather México	Coca Cola México	Sprite Negro	GB Producciones	México
Agua	McCann Erickson España	Coca Cola España	Aquabona	Oruga Films	España
TV4: Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina					
Blanco y negro	Borghierh Lowe	Unilever Brasil	Skip Blanco & Negro	Dinamo Filmes	Brasil
Muñeco de nieve	Grey Argentina	Procter & Gamble Argentina		Revolución	Argentina
Lenguaje de señas	De la Cruz Ogilvy	Procter & Gamble Puerto Rico	Dawn Hand Renewal		Puerto Rico
Porfiado	ARS DDB	Henkel Venezuela	Superbonder	The Format	Venezuela
Routine	Grupo Gallegos	The Scotts Miracle-Gro Company	Ortho Home Defense Max	La Fábrica Films	Estados Unidos (Hispano)
TV5: Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería					
Destino	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe	Prettybird	Argentina
Transpiración precoz	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Full Control	Primo Buenos Aires	Argentina
Fundación de ayuda al hombre lija	Contrapunto BBDO	Procter & Gamble España	Gillette	Mirinda Films	España
Sofauro	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Play 2010	Revolución	Argentina
Legendas	Borghierh Lowe	Unilever Brasil	Close up	Hungry Man	Brasil
TV6: Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación					
Arma	Lobo Comunicaciones	Panasonic Chile	TV 3D Viera de Panasonic	Cueca	Chile
Finger	Euro RSCG Lisboa	Optimus	Samsung Corby	Garage	Portugal
Detalle 2	Amén	Montecable	Decodificador HD	Candy Edit	Uruguay
Negocios turbios	Leo Burnett México	ZBT Juegos	Zeebo	Lemon Media	México
Twitter	La Doble Vida	Telcel	SmartPhones	García Bross y Asociados	México
TV7: Artículos medicinales y farmacéuticos					
3D	Draffcb Buenos Aires	+ Visión	+ Visión		Argentina
Nice burrito	Lápiz	Procter & Gamble USA	Pepto Bismol	Primo Buenos Aires	Estados Unidos (Hispano)
Baño (Wyeth)	McCann Erickson Colombia	Wyeth Colombia	Today Hot Sensation	Imaginaria Films	Colombia
Cristales gratis versión Messi	Draffcb Venezuela	Optica Caroni	Cristales gratis	Animando	Venezuela
TV8: Vestimenta y accesorios personales					
Closet (Levi's)	Pico Adworks	Levi Strauss & Company México	Levis	Distrío Films	México
Liberen a bici	DDB México	Reebok México	Institucional	Angel Films	México
Enrollar	Delta Comunicaciones	Plasticaucho Ecuador	Zapatos Venus	Vértigo Films	Ecuador
Hamster	DDB México	Reebok México	Institucional	Angel Films	México

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA ÚLTIMA NOCHE DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
TV9: Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos					
Arándanos	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Argentinacine	Argentina
Herencia	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Argentinacine	Argentina
Mirador sur	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Palio Groove	Landia	Argentina
Moneda	DDB España	VAESA	Volkswagen Golf	Agosto	España
Diminutivo	JWT Argentina	Ford Argentina	EcoSport	Primo Buenos Aires	Argentina
Korama	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Amarok	Revolución	Brasil
Sorpresa	Draftfcb Puerto Rico	Honda Puerto Rico	CR-V	Paradiso Films	Puerto Rico
TV10: Instituciones y servicios financieros					
Autopelo	Ogilvy & Mather Argentina	Santander Rio	Préstamos	Elei Studio	Argentina
GPS	Madre	Banco Hipotecario	Tarjetas de crédito y débito	Hachiko Films	Argentina
Re canchera	Madre	Banco Hipotecario	Tarjetas de débito y crédito	Hachiko Films	Argentina
Barbería	JWT Brasil	HSBC Brasil	HSBC Premier	Primo Buenos Aires	Brasil
Un seguro para que te pasen cosas Uruguay	Young & Rubicam Uruguay	Banco de Seguros del Estado	Seguros	Murdoc Films	Uruguay
Juguetes (HSBC)	JWT Brasil	HSBC Brasil	Instituto HSBC Solidariedade	Cine Cinematográfica	Brasil
Psicólogo	Euro RSCG Buenos Aires	BBVA Banco Francés Argentina	LanPass	Cinemágica	Argentina
TV11: Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro					
Conectados	Young & Rubicam Perú	Telefónica Móviles Perú	Movistar	Fat Free Films	Perú
Padre (Claro)	BBDO Argentina	Claro Argentina	Día de la madre	Revolución	Argentina
Amigos (Claro)	BBDO Argentina	Claro Argentina	Día de la madre	Revolución	Argentina
Auto (Escuela de Cine)	Larsen: Laudrup & Lerby	Escuela de Cine del Uruguay	Cursos 2010	Paristexas	Uruguay
Cacería	McCann Erickson España	Telefónica España	Imagenio	Got Films	España
Bar	Larsen: Laudrup & Lerby	Escuela de Cine del Uruguay	Institucional	Paristexas	Uruguay
Estadio	Circus Perú	DirectTV Perú	Institucional	Tunche Films	Perú
Reload cine	Pagés BBDO	Tricom	Internet banda ancha	In House	Centroamérica y Caribe
TV12: Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.					
4 sentidos (Campofrío 1)	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturísimos de Campofrío	Brother´s Films	España
Muecas	McCann Erickson España	Campofrío España	Pavofrío	Sopa de Toro	España
Intro	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal Dakar	Hachiko Films	Argentina
Fan	Publicis Impetu	Nuevo Siglo Cable Tv	Institucional	Paristexas	Uruguay
La chica guapa	Ogilvy & Mather Colombia	Coca Cola Colombia	Quatro Toronja	rhayuela films	Colombia
TV13: Comercios al público, tiendas y supermercados					
Bond	Young & Rubicam Perú	Maestro Home Center	Imagen	Cinesetenta	Perú
Gladiador	Young & Rubicam Perú	Maestro Home Center	Imagen	Cinesetenta	Perú
Personaje	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Institucional	Catatoria Comuna	México
Cocos	La Cancha	Farmacia Botiqueria	Farmacia Botiqueria	The Format	Venezuela
Libros	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Institucional	Catatoria Comuna	México
Mujeres liberadas	Circus Perú	Saga Falabella Perú	Institucional	Fat Free Films	Perú
TV14: Medios de comunicación					
Argentinos	Young & Rubicam Argentina	TYC Sports	Mundial Sudáfrica 2010	Blue Productora	Argentina
Spooky	la comunidad	MTV Latinoamérica	MTV	Landia	Argentina
Skaters	Prolam Young & Rubicam	Revista La Tabla	Revista La Tabla	Cueca	Chile
Toy soldier		Cartoon Network Latin América	Institucional	Vetor Zero / Lobo	Argentina
Espermograma	Young & Rubicam Argentina	Agea	Olé	Oruga Cine	Argentina
Houseman	Young & Rubicam Argentina	TYC Sports	Institucional	Estudio Lochabone	Argentina
Shto	la comunidad	MTV Latinoamérica	MTV / Institucional	Landia	Argentina
TV15: Recreación, transporte viajes y turismo					
Naturaleza humana	Craverolanis	Malba	"Muestra Andy Warhol Mr America""	Rasti Films	Argentina
Oficina (Getxophoto)	Contrapunto Barcelona	Getxophoto	Festival de Fotografía	Albihana	España
Licor y huevos	Leo Burnett Iberia (España)	Festival de Cine Fantástico de Sitges	30 Aniversario de Alien	Lee Films	España
Soprano	DDB Uruguay	Sodre	Auditorio Nacional	Guillermo Casanova	Uruguay
Mister Pink	Fuel Lisboa / Euro RSCG	Queer Lisboa	Lisbon gay and lesbian Film Festival	Sync	Portugal
Motivos	Publicis Publicitas Ecuador	Tame	Institucional	Click	Ecuador
Pancho Jasen	McCann Erickson España	Club Asefa Estudiantes	Club de Baloncesto Asefa Estudiantes	Ovideo	España
Salomón y Varda	Mayo Drafftcb Perú	Kchina Films	"Segundo Festival de Cine de Europa del Este Al Este de Lima""	Kchina Films	Perú
TV16: Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos					
Carretera	Ogilvy & Mather México	Instituto tecnológico y de Estudio Superiores de Monterrey	Hospital San José	Central Films	México
Carpetas MAC	Ogilvy & Mather Chile	Unicef Chile	Unicef	Smog	Chile
Maquinitas	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta nacional 2010	Colectivo Cinematográfico	México
Grafólogo Hu Jintao	JWT España	Amnistía Internacional España	Derechos Humanos	RCR Films	España
Nieta	McCann Erickson Chile	Bci	Fundación Las Rosas	Fabula	Chile
Drogas	Punto Ogilvy	Canal 12 La Tele	Televalores	Metropolis Films	Uruguay
Pueblo	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional	Argentina Cine	Argentina
Robot	McCann Erickson Perú	Aniquem	Donación anual	Cinesetenta	Perú
TV17: Otros soportes audiovisuales					
4 sentidos (Campofrío 2)	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturísimos de Campofrío	Brother´s Films	España
Traffic jam	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
Caso Mascherano	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Motor Diesel Multijet	Argentina Cine	Argentina
Karate class	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
Chatroulette killer	McCann Erickson España	Factoría De Canales	Buzz TV		España

FINALISTAS | EL OJO CINE/TV

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	Productora	País
Escarabajos	McCann Erickson Argentina	Bimbo Argentina	Rolls Marinela	Muu Cine / Flamboyant Paradise	Argentina
Memorial	Young & Rubicam Argentina	Editorial Dossier	Láptz de Platino	Rasti Films	Argentina
TV18: Campañas de Productos					
Transpiración precoz	ponce buenos aires	Unilever Argentina	Axe Full Control	Primo Buenos Aires	Argentina
Otto	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Quilmes	Fight by Flehner	Argentina
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Andes	Primo Buenos Aires	Argentina
Arroba - Asado - Bonsai	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Arcor Argentina	Topline Seven	Peluca Films	Argentina
Palio Groove	Leo Burnett Argentina	Fiat Argentina	Palio Groove	Landia	Argentina
We are chusmas	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Personal	Primo Buenos Aires	Argentina
TV19: Campañas de Servicios					
Arándanos - Herencia	Leo Burnett Argentina	Car One Argentina	Institucional	Argentina Cine	Argentina
Cine las Américas	LatinWorks	Cine Las Americas	International Film Festival	D´ Avant-Garde Media	Estados Unidos (Hispano)
GPS - Re canchera	Madre	Banco Hipotecario	Tarjetas	Hachiko Films	Argentina
No sabe actuar	Young & Rubicam Perú	Maestro Home Center	Institucional	Cinesetenta	Perú
Conectados podemos más	Young & Rubicam Perú	Telefónica Móviles Perú	Imagen	Fat Free Films	Perú
Guli	DDB Argentina	Telefónica Argentina	Speedy Banda Ancha 2.0	Peluca Films	Argentina
Animales	Young & Rubicam Argentina	Movistar Argentina	3G	Raya	Argentina
Auto - Emoticones	Santo Buenos Aires	Telecom Argentina	Arnet	Hachiko Films	Argentina

FINALISTAS | EL OJO GRÁFICA

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
GR1: Alimentos, lácteos, golosinas y snack				
Botella (Colun)	Prolam Young & Rubicam	Colun	Colun Light	Chile
Bonsai	Prolam Young & Rubicam	Colun	Colun Light	Chile
Orden	Young & Rubicam Argentina	Vauquita	Alfajor Vauquita	Argentina
Barcasa	Publicis Publicitas Ecuador	Nestlé Ecuador	Sopas	Ecuador
Cocodrilo	Ogilvy & Mather Chile	Unilever Chile	Ketchup Hellman´s	Chile
Avión (Colun)	Prolam Young & Rubicam	Colun	Colun Light	Chile
Oso polar	Ogilvy & Mather Chile	Unilever Chile	Ketchup Hellman´s	Chile
Velas	180 Grados	Carozzi	Costa Cacao	Chile
GR2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos				
Sumergidos DJ	La Cancha	Empresas Polar	Polar Light	Venezuela
GR3: Bebidas no alcohólicas				
Preso	Sancho BBDO	Casa Luker	Lukafé	Colombia
Voyeurista	Sancho BBDO	Casa Luker	Lukafé	Colombia
Álbum de cromos	McCann Erickson España	Coca Cola España	Copa Coca Cola 09-10	España
Teléfono	McCann Erickson Perú	Nestlé Perú	Nescafé	Perú
Auto (Nestlé)	McCann Erickson Perú	Nestlé Perú	Nescafé	Perú
Luchador (Café Rico)	Sajo Garcia & Partners	Café Rico	Café Rico	Puerto Rico
Universidad	el taier / Tribu DDB	Cabcorp La Mariposa	Pepsi Kick	Centroamérica y Caribe
GR4: Productos de higiene doméstica y mantenimiento del hogar y la oficina				
Caballo	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Cocina	Prolam Young & Rubicam	Nutripro	Masterdog Light	Chile
Robot (Sodimac Homecenter)	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Garage	ARS DDB	Eveready Venezuela	Linternas Energizer	Venezuela
Piscina	Prolam Young & Rubicam	Nutripro	Masterdog Light	Chile
Campo	Prolam Young & Rubicam	Nutripro	Masterdog Light	Chile
La moda siempre vuelve 1 Iberoamericanos	Leo Burnett Brasil	Procter & Gamble	Dreft	Países no
Perdidos arete	DDB México	Energizer México	Linterna	México
Pescado	JWT México	Kimberly Clark México	Alukim	México
Venado (Eveready)	ARS DDB	Eveready Venezuela	Linternas Energizer	Venezuela
GR5: Productos de higiene personal, belleza, cosmética y perfumería				
Mondadientes	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Hilo Dental	Chile
Boxeo	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble Puerto Rico	Head & Shoulders shampoo	Puerto Rico
Dedo	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Hilo Dental	Chile
Bikini	Circus Marketing	Unilever México	Axe Ex-Friend	México
Karate	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble Puerto Rico	Head & Shoulders shampoo	Puerto Rico
Lengua	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Hilo Dental	Chile
GR6: Electrodomésticos, electrónica, telefonía, audio, video, computación				
Dino	Lobo Comunicaciones	Panasonic Chile	TV Viera 3D Panasonic	Chile
Sweep panorama	Partners	Sony Portugal		Portugal
Desfile	Cerebro Young & Rubicam	Sony Inter-american SA	Noise Cancelling Headphones	Centroamérica y Caribe
King Kong (Orange)	Ignitionk	Orange España	Orange Oslo (Móvil)	España
Robot (Panasonic)	Lobo Comunicaciones	Panasonic Chile	TV Viera 3D Panasonic	Chile
Armstrong	Ignitionk	Orange España	Orange Oslo (Móvil)	España
Motos	Cerebro Young & Rubicam	Sony Inter-american SA	Noise Cancelling Headphones	Centroamérica y Caribe
GR7: Artículos medicinales y farmacéuticos				
Luchador (Laboratorio)	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol	Chile
Boxeador	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol	Chile
Tíos felices	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulpán	Argentina

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA ÚLTIMA NOCHE DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO GRÁFICA**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Apocalipsis	Young & Rubicam Argentina	Kopelco / Kopelco	Tulipán	Argentina
Mujer (Panadol)	Ogilvy & Mather Colombia	GlaxoSmithKline Colombia	Panadol Mujer	Colombia
Thai	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol	Chile
GR8: Vestimenta y accesorios personales				
Mantequilla	Euro RSCG Colombia	Escobar y Martínez S.A.	Guantes Golyt	Colombia
Plantillas skaters	Agencia Acting Group	Latin Lover	Colombia	Colombia
Super	Ojo de Pez	Armor	Chalecos antibalas	Reg.Sur(Bolivia/Paraguay)
GR9: Automóviles, camiones y motos. Accesorios y repuestos				
Elefante	JWT Argentina	Ford Argentina	Cargo	Argentina
Puerco espin	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Repuestos originales	Chile
Iceberg (Mitsubishi Motors)	BBDO Chile	Repuestos originales	Repuestos originales	Chile
Árbol (Fiat)	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Fiat Línea con lector SMS	Brasil
Caja fuerte	JWT Argentina	Ford Argentina	Cargo	Argentina
Meteorito	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Repuestos originales	Chile
Órgano	JWT Argentina	Ford Argentina	Cargo	Argentina
Poster desplegable Maxim	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA	Toyota Sienna Minivan	Estados Unidos (Hispano)
GR10: Instituciones y servicios financieros				
Mini Cooper	JWT Perú	Interbank Perú	Crédito vehicular	Perú
Mazda	JWT Perú	Interbank Perú	Crédito vehicular	Perú
Vacas	Lowe/SSP3	Caja de Compensación Familiar Colsubsidio	Colsubsidio	Colombia
Monstruo 1	Circus Perú	Banco de Crédito del Perú	Servicio para empresa	Perú
Monstruo 2	Circus Perú	Banco de Crédito del Perú	Servicios para empresas	Perú
GR11: Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro				
Candy	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Horse	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Baggio	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	HD	Colombia
Trampoline	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Globo (Spinaca)	Ogilvy & Mather Perú	Spinaca	Spinaca Casa de audio	Perú
Maradona (DirectTV Colombia)	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	HD	Colombia
Maradona (DirectTV Ecuador)	La Facultad	DirectTV Ecuador	DVR	Ecuador
GR12: Institucional e imagen corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Vecino asia	Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Vecino europa	Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Bajo	LODUCCA	MTV Brasil	Institucional	Brasil
Madre	DDB Brasil	Latinstock Brasil	Banco de imagenes	Brasil
Australia	Ogilvy & Mather Argentina	AFS - Intercambio estudiantil	Institucional	Argentina
GR13: Comercios al público, tiendas y supermercados				
Estadística agua	DDB México	Dormimundo México	Colchones	México
Premio invisible	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Golf	Ogilvy & Mather Colombia	Almacenes SI	Chalecos	Colombia
Hombre bebé	Ogilvy & Mather Chile	Graco Chile	Pañales	Chile
Estadística basura	DDB México	Dormimundo México	Colchones	México
Push up toy mesa	DDB Brasil	Tok&Stok	Muebles	Brasil
Como agua para el lector	DDB Chile	Contrapunto	Librerías Contrapunto	Chile
Manicure	Ogilvy & Mather Colombia	Almacenes SI	Blusas	Colombia
GR14: Medios de comunicación				
Guerra (Casa Editorial El Tiempo)	Sancho BBDO	Casa Editorial El Tiempo	Revista DK 100	Colombia
John Lennon	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Porqué mataste John Lennon	Portugal
Marvin Gaye	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Era tu hijo, cómo pudiste matarle	Portugal
Rompecabezas	Don	Claxon	Playboy	Argentina
Celine	Lowe Porta	Super 45	Institucional	Chile
Fútbol (Bands Sport)	Ogilvy & Mather Brasil	Band Sports	Canal de deportes	Brasil
Kenny	Lowe Porta	Super 45	Super 45	Chile
Tupac & B.I.G	Leo Burnett Iberia (Portugal)	MTV Portugal	Quién mató a quién?	Portugal
GR15: Recreación, transporte viajes y turismo				
Helicóptero	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Aros	Ogilvy & Mather Guatemala	Hooters Guatemala	Happy Hour	Centroamérica y Caribe
Herramientas (Hooters)	Ogilvy & Mather Guatemala	Hooters Guatemala	Hooters Happy Hour	Centroamérica y Caribe
Oso (Mattel)	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Sapo sopa	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
Avión novia	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
Barco (Mattel)	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Ojos el escolar	DDB Brasil	MASP	Institucional	Brasil
GR16: Bien público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos				
Ambulancia	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta Nacional 2010	México
Penal de muerte	Eje/DDB	Amnistía Internacional Puerto Rico	Institucional	Puerto Rico
Regalos 1	Sancho BBDO	Fundación Los Pisingos	Centro de adopción	Colombia
Abuso mujer	Eje/DDB	Amnistía Internacional Puerto Rico	Institucional	Puerto Rico
Harpoon	Heads Propaganda	Sea Shepherd Brasil	Sea Shepherd Brasil	Brasil
Selvas tropicales	JWT Brasil	Conservação Internacional	Conservação Internacional	Brasil
Cuchara	Leo Burnett Colombiana	Liga Colombiana de Parkinson	Institucional	Colombia
El paraíso	Publicis Venezuela	Amnistía Internacional Venezuela	Amnistía Internacional	Venezuela
Regalos 2	Sancho BBDO	Fundación Los Pisingos	Centro de adopción	Colombia
GR17: Formatos no convencionales				

FINALISTAS | **EL OJO GRÁFICA**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Bacterias	DDB Brasil	Brastemp Brasil	Purificador de agua	Brasil
Parafina	LODUCCA	Peugeot Brasil	207 Quiksilver	Brasil
Brazo	Publmark Lowe Costa Rica	Banco de Sangre San José	Institucional	Centroamérica y Caribe
Poster desplegable Maxim	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA	Toyota Sienna Minivan	Estados Unidos (Hispano)
Lector 1-2	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
GR18: Campañas de Productos				
Veá como es hecho	Almap BBDO	Billboard Brasil	Billboard	Brasil
Batalla de palabras	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
Pixeles	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Recuperala	Prolam Young & Rubicam	Laboratorio Chile	Kitadol	Chile
Aspirina y cafiaspirina	Almap BBDO	Bayer Brasil	Aspirina y Cafiaspirina	Brasil
Tios felices	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipán	Argentina
Alaridos	Euro RSCG España	Reckitt&Benckiser España	Strepsils	España
Camiones	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Volkswagen Camiones	Brasil
Estadísticas	DDB México	Dormimundo México	Colchones	México
Grandes imágenes	DDB Brasil	Latinstock Brasil	Banco de imágenes	Brasil
Havaianas psicodélicos	Almap BBDO	Alpargatas Brasil	Havaianas	Brasil
Nunca llegarás	Prolam Young & Rubicam	Colgate Chile	Hilo dental	Chile
Perros gordos	Prolam Young & Rubicam	Nutripro	Masterdog Light	Chile
Repuestos originales	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Repuestos originales	Chile
GR19: Campañas de Servicios				
Los chicos ven diferente	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Vecinos	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Camuflado	Ogilvy & Mather Guatemala	Hooters Guatemala	Happy Hour	Centroamérica y Caribe
Messenger - Twitter - Facebook	Jotabequ / Grey	Gold's Gym	Programa Body Transformation	Centroamérica y Caribe
Larga noche por delante?	Ogilvy & Mather Brasil	Café Belcuore	Café fuerte artesanal	Brasil
Push up toy	DDB Brasil	Tok&Stok	Muebles	Brasil
Tome aires	DDB Brasil	Terra Brasil	Terra viajes	Brasil
GR20: Campañas Institucionales y de Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios. Bien Público.				
Grafología	JWT España	Amnistía Internacional España	Derechos Humanos	España
Pieles	JWT México	Kimberly Clark México	Pieles	México
Schedules	Ogilvy & Mather Argentina	AFS - Intercambio estudiantil	Institucional	Argentina
Firmas	Eje/DDB	Amnistía Internacional Puerto Rico	Institucional	Puerto Rico
Regalos	Sancho BBDO	Los Pisingos	Centro de Adopción	Colombia
Animales (Fundación Par)	McCann Erickson Argentina	Fundación Par	Fundación Par	Argentina
Célebres	Young & Rubicam Argentina	ACNUR Argentina	Día Mundial del Refugiado	Argentina
CVW Search	Leo Burnett Brasil	CVW	CVW	Brasil
Liberdade de imprensa	Fischer + Fala!	Associação Nacional de Jornais	Institucional	Brasil

FINALISTAS | **EL OJO VÍA PÚBLICA**

Premio Auspiciado por: 

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
VP1: Productos				
Bioshock 2	DDB México	Energizer México	Ultimate Lithium	México
Helicóptero	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Afición	Ogilvy & Mather México	Mattel México	Scrabble	México
Caballo	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Amor	Ogilvy & Mather México	Mattel México	Scrabble	México
Barco	Ogilvy & Mather Colombia	Mattel Colombia	Pictionary	Colombia
Mesa	DDB Brasil	Tok&Stok	Institucional	Brasil
Porcelana	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Robot (Sodimac Homecenter)	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
VP2: Servicios				
Vecina Europa	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Candy	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Horse	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Vecinos Asia	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Basquete	Ogilvy & Mather Brasil	Band Sports	Sports Channel	Brasil
Futbol	Ogilvy & Mather Brasil	Band Sports	Sports Channel	Brasil
VP3: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Bajo	LODUCCA	MTV Brasil	Institucional	Brasil
Lodo	Strat	CTT Correios de Portugal	CTT Institucional	Portugal
Álbum de Cromos	McCann Erickson España	Coca Cola España	Copa Coca Cola 09-10	España
Guitarra	LODUCCA	MTV Brasil	Institucional	Brasil
VP4: Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos.				
Escarabajo	JWT Brasil	SPVS ? Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem	SPVS ? Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem	Brasil
Ramas	JWT Brasil	SPVS ? Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem	SPVS ? Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem	Brasil
Estrellado 2	Publicis Publicitas Ecuador	Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil	Campaña contra conducir y usar el celular	Ecuador
Piloto	Anonimo	Teletón México	Teletón	México
Silla de ruedas	Mene & Money	Detran - Departamento Nacional de Tránsito Amazonas	Seguridad del Tráfico	Brasil
VP5: Formatos no convencionales				
\$73.000 BarTab	Ogilvy & Mather Brasil	Bar Aurora / Boteco Ferraz	Whopper	Brasil
El calor de una sopa	Lowe Ginkgo	Unilever Uruguay	Knorr	Uruguay

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA ÚLTIMA NOCHE DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO VÍA PÚBLICA**

Premio Auspiciado por: **VIACART** 

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
Niñote	Ogilvy & Mather México	Mattel México	Hot Wheels	México
Botones Mario 1	DDB México	Energizer México	Ultimate Lithium	México
El poder de la Roja	Netthink Isobar	Adidas España	Camiseta Selección Española de Fútbol	España
Siluetas por la memoria	Ogilvy & Mather Argentina	AMIA	Institucional	Argentina
Usa el otro lado de las hojas.	Leo Burnett Colombiana	WWF Colombia	Consumo Responsable	Colombia
VP6: Ambientaciones e Instalaciones				
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Andes	Argentina
Ambulancia - Bote - Helicóptero	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta Nacional 2010	México
La máquina de la amistad	Ogilvy & Mather Argentina	Coca Cola Argentina	Coca-Cola	Argentina
Cambiazó	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España
Tú bella en la foto	Leo Burnett Brasil	Procter & Gamble Brasil	Koleston	Brasil
Desconectate	Ogilvy & Mather Argentina	Vianova Viajes	Institucional	Argentina
Globo	Prolam Young & Rubicam	Dos en Uno	Chicles Dos en Uno	Chile
Ley de Glaciares Ya	Young & Rubicam Argentina	Greenpeace Argentina	Institucional	Argentina
VP7: Carteles (Indoor)				
Whopper face	Ogilvy & Mather Brasil	Burger King Brasil	Whopper	Brasil
Botones Mario	DDB México	Energizer México	Ultimate Lithium	México
Barquillo	DDB Brasil	Kibon Brasil	Helado	Brasil
Noel León Caribe	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
90 degrees 2	Ponto de Criação	Mercedes Benz Brasil	Smart	Brasil
Meteorito	BBDO Chile	Mitsubishi Motors Chile	Repuestos originales	Chile
Sapo sopa Caribe	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
VP8: Formatos digitales				
6000 colores Caribe	Tribu DDB	Grupo Kativo	Pinturas Protecto	Centroamérica y Caribe
Reloj	Eje/DDB	Unilever Puerto Rico	Axe Twist	Puerto Rico
Art week (Hispano)	Concept Café Advertising	American Honda	Acura ZDX	Estados Unidos
VP9: Campañas				
Vecinos	DDB Brasil	Fedex Brasil	Courier	Brasil
Los chicos ven diferente	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Hospital Alemán	Kinder Plan	Argentina
Maquinitas	JWT México	Cruz Roja Mexicana	Colecta Nacional 2010	México
90 degrees	Ponto de Criação	Mercedes Benz Brasil	Smart	Brasil
Batalla de palabras Caribe	Ogilvy & Mather Costa Rica	Mattel Costa Rica	Scrabble	Centroamérica y Caribe
Píxeles	Young & Rubicam Colombia	Sodimac Homecenter Colombia	Klunter	Colombia
Bebés divertitos	Dentsu Latin America	L'Univers de Chocolat	Chocolate com whisky	Brasil
Juega más	DDB México	Energizer México	Energizer Lito	México
Pictionary	Ogilvy & Mather México	Mattel México	Pictionary	México

FINALISTAS | **EL OJO RADIO**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
RA1: Alimentos, Golosinas, Snack y Bebidas no alcohólicas				
Choqué	180 Grados	Carozzi	Costa Cacao	Chile
Química	Publmark Lowe Costa Rica	Cafe Maravilloso	Café	Centroamérica y Caribe
Velas	180 Grados	Carozzi	Costa Cacao	Chile
Years	Dieste	7-Eleven	Coffee	Estados Unidos (Hispano)
No dormirás	BBDO Chile	CCU	Adrenaline Rush	Chile
RA2: Bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos.				
Kate	Leo Burnett México	Grupo Modelo México	Coronita	México
Nocturno	Adrenalina	Heineken USA	Tecate	Estados Unidos (Hispano)
Novia	Cámara \ TBWA	Carrau	Gregson 's	Uruguay
Mañanero	Adrenalina	Heineken USA	Tecate	Estados Unidos (Hispano)
Escocia hinchta por Uruguay	efpz / Drafftob	Dismonte	Sir Edward 's	Uruguay
Millonario	Leo Burnett México	Grupo Modelo México	Coronita	México
RA3: Moda, Belleza y Salud				
Frenada	Fahrenheit	oncosalud	Mamografías	Perú
Choque	Aguayo Publicidad	Schering Plough Colombia	Pulvex	Colombia
Only youuuuu	el taier / Tribu DDB	Pasmo	Vive	Centroamérica y Caribe
Pizzero	Oveja Negra Lowe	Unilever México	Axe MusicStar	México
Concentración Argentina	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipán	Argentina
Dolor	Ogilvy & Mather Colombia	GlaxoSmithKline Colombia	Panadol	Colombia
RA4: Hogar y Oficina: Limpieza, decoración, electrodomésticos.				
Bailarina pegada	DDB México	Henkel México	Loctite Super Glue	México
Fresco	Publicis Colombia	Groupe SEB Colombia	Ventilador Samurai Turbo Silence	Colombia
Rojo azul	TBWA España	Henkel Ibérica	Micolor	España
Conversación	Lápiz	Procter & Gamble USA	Detergente Gain	Estados Unidos (Hispano)
Jarrón pegado	DDB México	Henkel México	Loctite Super Glue	México
Verde rosa	TBWA España	Henkel Ibérica	Micolor	España

FINALISTAS | **EL OJO RADIO**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
RA5: Automóviles camiones y motos. Accesorios y repuestos.				
Arbol	Target Ogilvy	Volkswagen Nicaragua	Jetta	Centroamérica y Caribe
Dr Lorenzo	Publicis México	BMW México	Mini Service	México
Kinder	Publicis México	BMW México	Mini Service	México
Solo 20 autos	Lowe Ginkgo	Renault Uruguay	Renault Megane II Edición Especial	Uruguay
Hija	Leo Burnett Brasil	Fiat Brasil	Linea	Brasil
Niño	Target Ogilvy	Volkswagen Nicaragua	Jetta	Centroamérica y Caribe
RA6: Telecomunicaciones, tecnología, compañías con fines de lucro y financieras.				
C'mon what's this song	Ogilvy & Mather Brasil	Motorola Brasil	Moto ID	Brasil
Accidente	Ogilvy & Mather México	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros		Seguros México
I cant remember this tune	Ogilvy & Mather Brasil	Motorola Brasil	Moto ID	Brasil
Aniversario de la ciudad de Sao Paulo	Young & Rubicam Brasil	Vivo	Institucional	Brasil
México 86	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	DirectTV HD	Colombia
Alemania 06	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	DirectTV HD	Colombia
Vacaciones	Ogilvy & Mather México	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros		Seguros México
RA7: Recreación, Viajes y Entretenimiento				
El y ella	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Mecedora	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Terror (Librerías Gandhi)	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Madrastra	Badillo Nazca Saatchi & Saatchi	Wendy 's Puerto Rico	Sweet & Sour Chicken	Puerto Rico
Netbook	Young & Rubicam Uruguay	TCC Uruguay	Promo netbook	Uruguay
RA8: Institucional e Imagen Corporativa. Auspicios y Patrocinios.				
Noche - día	Eje/DDB	Energizer Puerto Rico	Institucional	Puerto Rico
Legal	DDB Colombia	Bavaria Colombia	Institucional	Colombia
Llanero solitario	Young & Rubicam Colombia	Fundación Victor Salvi	Festival de música de Cartagena	Colombia
Vendedor	Publicis Impetu	Movistar Uruguay	Institucional	Uruguay
Chavo	Young & Rubicam Colombia	Fundación Victor Salvi	Festival de música de Cartagena	Colombia
Vuvuzelas	Conill Saatchi & Saatchi	Toyota USA	Institucional	Estados Unidos (Hispano)
RA9: Bien Público. Mensajes gubernamentales, políticos y religiosos.				
Camisa Chile	BBDO Chile	Hogar San Francisco de Regis / Hipermercados Jumbo		Recolección de ropa
Abrigo	BBDO Chile	Hogar San Francisco de Regis	Campaña donación	Chile
Bebé	Young & Rubicam Perú	Liga peruana de Lucha contra el Cáncer	Cáncer de mama	Perú
GPS (Cervecería y Maltería Quilmes)	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	Consumo Responsable	Argentina
Contestador	Publicis Impetu	Movistar Uruguay	Institucional	Uruguay
Corazón	Young & Rubicam Brasil	Santa Casa de Misericórdia de São Paulo	Donación de sangre	Brasil
RA10: Campañas				
Machos	Prolam Young & Rubicam	Wasil Jano	Aji Jano	Chile
Campaña AMIS	Ogilvy & Mather México	AMIS	Seguros	México
Disclaimer	Adrenalina	Heineken USA	Tecate	Estados Unidos (Hispano)
Gandhi campaign	Ogilvy & Mather México	Librerías Gandhi	Librerías Gandhi	México
Calentones	Young & Rubicam Argentina	Kopelco	Tulipán	Argentina
Estacionamiento	Almap BBDO	Volkswagen Brasil	Saveiro	Brasil
Excusas	Cámara \ TBWA	Rusconi	Agendas ABZ	Uruguay
Futbolistas	Young & Rubicam Uruguay	TCC Uruguay	Mundial HD	Uruguay
México 86 - Alemania 06 - USA 94	Leo Burnett Colombiana	DirectTV Colombia	DirectTV HD	Colombia

FINALISTAS | **EL OJO CONTENIDO**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
4 sentidos	McCann Erickson España	Campofrío España	Institucional Naturísimos de Campofrío	España
9 meses en vivo	Ogilvy & Mather Argentina	Kimberly Clark Argentina	Huggies	Argentina
Cambiazó	McCann Erickson España	Coca Cola España	Coca Cola Zero	España
Chatroulette killer	McCann Erickson España	Factoría De Canales	Buzz Tv	España
Cortos	Ddb Latina	Libro Cortos	Institucional	Estados Unidos
El cumpleaños más grande	DDB Argentina	Puma Argentina	Martin Palermo	Argentina
El talismán	Arrechadera Claverol	Axa Seguros México	Institucional	México
Hombres con trenzas	Circus Marketing	Unilever México	Axe Exfriend	México
La banda sonora de una película que jamás vas a ver	JWT Costa Rica	Ministerio de Culltura de Costa Rica	Sistema Nacional de Bibliotecas	Costa Rica
La noche de mi vida	McCann Erickson España	Stop Accidentes	Stop accidentes	España
Pancho Jansen	McCann Erickson España	Club Asefa Estudiantes	Club Asefa Estudiantes	España
Teletransporter	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Cervecería y Maltería Quilmes	Cerveza Andes	Argentina
Tyrannybook	Leo Burnett Iberia (Portugal)	Amnistía Internacional Portugal	Amnistía Internacional Portugal	Portugal

FINALISTAS | **EL OJO BICENTENARIO**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
BC1 - Cine/TV				
Águila	McCann Erickson Colombia	Bavaria Colombia	Cerveza Águila	Colombia
Cientoveintenario	Young & Rubicam Argentina	Cervecería y Maltería Quilmes	200 años	Argentina
Cisneros		RTVC	Serie de TV	Colombia
La Pola		RTVC	Serie de TV	Colombia
Vicente Nario	Ogilvy & Mather Chile	Jumbo Chile	Jumbo	Chile

LISTADO COMPLETO DE FINALISTAS DE LA ÚLTIMA NOCHE DE PREMIACIÓN

FINALISTAS | **EL OJO BICENTENARIO**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
BC2 - Gráfica 1811	Oniria	Personal Paraguay	Institucional	Paraguay
BC5 - Digital Revolucion 2010	Latin Adv	Cadena 3 Argentina	web: www.cadena3.com	Argentina
BC6 - Acciones El colombiano Mapping Cabildo	ECO IadobleA Argentina	Periódico El Colombiano UNIDAD BICENTENARIO	Bicentenario Bicentenario argentino	Colombia Argentina
BC7 - Eventos Caso bigote	Anónimo	Casa Cuervo México	Casa Cuervo México	México
BC8 - Campañas 1810 Bicentenario Caso bigote Ejército campana Memoria revelada	FIRE Advertainment - Havas Entertainment Anónimo McCann Erickson Colombia Producciones Tiempo de Cine/RTVC	1810 Emprendedores Casa Cuervo México Fuerzas Militares de Colombia RTVC	181.00:00 Casa Cuervo México Institucional Campaña Mensajes institucionales Bicentenario Colombia	Argentina México Colombia Colombia

FINALISTAS | **EL OJO MUNDIAL**

Pieza	Agencia	Anunciante	Producto	País
MN1 - Cine/TV Argentinos Dios Sofauro	Young & Rubicam Argentina Young & Rubicam Argentina ponce buenos aires	TYC Sports Cervecería y Maltería Quilmes Unilever Argentina	Promo Mundial Cerveza Quilmes Axe Play 2010	Argentina Argentina Argentina
MN2 - Gráfica Arquero Baggio Zidane	Sancho BBDO Leo Burnett Colombiana Leo Burnett Colombiana	Pepsico Colombia DirecTV Colombia DirecTV Colombia	Gatorade DirecTV HD DirecTV HD	Colombia Colombia Colombia
MN3 - Radio Alemania 06 Relato USA 94	Leo Burnett Colombiana Euro RSCG Gurisa Leo Burnett Colombiana	DirecTV Colombia Revista BLA DirecTV Colombia	DirecTV HD Institucional DirecTV HD	Colombia Colombia Colombia
MN4 - Vía Pública Exposición balones Gritando gol en la calle Ola	Sancho BBDO McCann Erickson Colombia - Universal McCann Colombia JWT Brasil	Pepsico Colombia Bavaria Colombia Coca Cola Brasil	Gatorade Cerveza Aguila Coca Cola	Colombia Colombia Brasil
MN5 - Digital 1284 Adidas Jabulani Cuál es tu celebración El hincha del banner	Young & Rubicam Brasil Netthink Isobar Wunderman Buenos Aires Oniria	Vivo Adidas España Coca Cola Argentina Personal Paraguay	Institucional Jabulani Coca Cola South Latin Internet	Brasil España Argentina Paraguay
MN6 - Acciones Larissa Por favor no rompa las pelotas Unite por Argentina	Biedermann Escuela de Creativos Brother DDB Argentina	Unilever Escuela de Creativos Brother Puma Argentina	Axe Escuela de Creativos Brother Mundial Sudafrica 2010	Argentina Argentina Argentina
MN7 - Eventos de Marcas El Poder de la Roja	Netthink Isobar	Adidas España	Camiseta Selección Española de fútbol	España
MN8 - Campañas El Corresponsal La celebración de Villa Pídele un tiempo Zidane - Maradona - Baggio	Leo Burnett Colombiana TBWA España DDB Argentina Leo Burnett Colombiana	Banco Davivienda Mc Donald's España Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma DirecTV Colombia	Mundial Sudafrica 2010 McDonald's Cerveza Sol DirecTV HD	Colombia España Argentina Colombia

HOY SE CONOCE LA MEJOR GRÁFICA IBEROAMERICANA

Lo mejor llega con aires chilenos

Chile vuelve a destacarse y Brasil sigue indiscutido entre lo mejor de El Ojo Classic Gráfica. Prolam Young & Rubicam sobresale entre las agencias. Los finalistas de este año, dan cuenta del excelente nivel iberoamericano a escala global.

El shortlist para El Ojo Gráfica revela el estricto criterio aplicado por el jurado. De las 1129 piezas inscriptas este año, tan sólo el 12% logró entrar entre los finalistas (141 trabajos).

Chile, Brasil y Colombia son los líderes indiscutidos de la categoría con 28, 23 y 21 trabajos destacados cada uno. De este modo, el podio vuelve a tener una estructura similar a la de años pasados, con la salvedad de que Argentina pasó al cuarto lugar con sólo 16 gráficas en el shortlist.

No mucho más atrás figuran Centroamérica/Caribe (con once), México (con diez), Perú (con siete), Puerto Rico (con seis) y España (con cinco). Coinciden con cuatro trabajos destacados Venezuela y Portugal, mientras que Estados Unidos Hispano y Ecuador se meten entre los mejores con dos. El trabajo restante corresponde a la Región Sur integrada por Bolivia y Paraguay.

Entre las agencias, Prolam Young & Rubicam demostró un gran desempeño con quince gráficas sobresalientes, doblando prácticamente así el trabajo de DDB Brasil que ocupa el segundo puesto con ocho. Por su parte, Ogilvy & Mather Colombia y Sancho BBDO también consiguieron varios destacados ocupando seis puestos cada uno en el shortlist.

El criterio que el jurado empleó para realizar esta selección fue pautado por su presidente, Luiz Sanches, Director Creativo de Almap BBDO. "Debemos premiar aquellas ideas que diviertan, que envuelvan a las personas, que hagan que ellas quieran compartir con sus amigos. Debemos premiar ideas que no dependan necesariamente de la revista donde fueron originalmente impresas, pero que continúen igualmente brillantes en la pantalla de una computadora, en un iPad o en cualquier otro formato", detalló en una carta a sus compañeros.



José Miguel Sokoloff, VP Creativo de Lowe/SSP3



Rodrigo Tarquino, dgc de Publicis Colombia.

grando destacarse. Sin embargo, a esos países todavía les falta ganar consistencia. Pero también debo decir que lo que más me sorprendió positivamente es que hay bastante trabajo real de muy buena calidad, trabajo con briefs, clientes y resultados reales. También me encanta la simpleza con la que los brasileños logran mostrar en su gráfica los beneficios de sus marcas".

Respecto de la importancia del formato gráfico Luiz Sanches reflexionó: "Para mí la gráfica no es un medio tradicional. Tradicional es la forma como, muchas veces, ella es usada. Lo que sucede es que el print, por ser un medio que está hace mucho más tiempo que los otros, es naturalmente, un medio mucho más explorado. Por eso, crear una idea original para este formato es una tarea más difícil que hacer lo mismo para los medios digitales. Es preciso que nosotros, creativos, cambiemos el mindset cuando pensamos en gráfica. Al final, si la publicidad viene tornándose cada vez más una forma de entretenimiento, ¿por qué el print no debe seguir el mismo camino?".

La mirada general del jurado fue de mucha satisfacción respecto del nivel alcanzado por las piezas concursantes en El Ojo de Iberoamérica 2010 y destacaron el gran valor que la gráfica Iberoamericana posee a escala mundial: "Iberoamérica sigue estando en un gran nivel; sólo partamos de que, este año, a diferencia de los anteriores, el Gran Prix de Cannes quedó en Iberoamérica. Esto significó que a las piezas en gráfica les tocó competir a ese nivel", afirmó Rodrigo Tarquino, director general creativo de Publicis Colombia.

En consonancia con este pensamiento, José Miguel Sokoloff, Chief Creative Officer de Lowe/SSP3, sostuvo: "Como en el fútbol, Brasil (en gráfica) y Argentina (en TV) están en otro nivel. Por eso, mundialmente siempre son considerados fuertes candidatos. Atrás de ellos hay países que están haciendo cosas buenas e importantes con las que están lo-



LatinSpots digital

AHORA EN VERSIÓN DIGITAL

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

Argentina, tierra de creación audiovisual

En la última ceremonia de premiación se conocerá lo mejor del El Ojo Cine/TV. Una vez más se reitera la tendencia de años pasados y Argentina lidera el shortlist. En esta nota, los miembros del jurado dan su mirada sobre el trabajo presentado en audiovisual.



Guillermo Castañeda, director general creativo de TBWA, Argentina.



Sergio Gamboa, director creativo de Planificación Estratégica de 180° Chile.



Giovanni Martínez, director general creativo de Sancho BBDO Colombia.

Los mejores de El Ojo Classic Cine/TV recibirán su tan ansiado galardón hoy por la noche durante la última ceremonia de premiación de El Ojo de Iberoamérica 2010. Continuando con la tendencia que viene dándose desde ediciones pasadas del festival, Argentina se coloca al frente entre los finalistas con el 40% de los trabajos en su haber.

"Definitivamente en Iberoamérica existen niveles: Argentina tiene uno y el resto de los países otro. En ese orden, Argentina puede ser en este momento el país que hace la mejor en TV del mundo. En otras ocasiones he podido ser jurado de TV para El Ojo y he podido ver como Argentina, Brasil y España se destacan en la categoría. También he podido notar cómo Argentina les ha venido tomando distancia", explica Giovanni Martínez, director general creativo de Sancho BBDO Colombia, y agrega: "Ver el trabajo de Iberoamérica es algo que te llena de expectativas que se cumplen lentamente a medida que vas viendo el material".

Entre los 118 trabajos que integran la lista corta, la producción Argentina se despegó considerablemente del resto de los países. A las 48 piezas que consiguió separar de los 15 spots

de España y los 14 de México. Les siguen Perú (con nueve), Uruguay (con siete), Brasil (con seis) y Chile (con cuatro).

Con tres piezas empatan Estados Unidos (Hispano) y Venezuela. Por su parte, Colombia, Ecuador, Portugal y Puerto Rico cuentan con dos finalistas cada uno. Finalmente, Centroamérica y Caribe sólo logró una pieza destacada por el jurado.

Esta pluralidad de países en la lista corta confirma la interpretación de Sergio Gamboa, director creativo de Planificación Estratégica de 180° Chile: "Veo un cambio en el lenguaje en las piezas publicitarias de la TV a nivel latinoamericano, fundamentalmente porque están apareciendo países con nuevas propuestas, que antes, por su bajo desempeño, no figuraban".

En una carta dirigida a sus compañeros, Leandro Raposo, director general creativo de McCann Erickson Madrid y presidente del jurado de El Ojo Classic Cine/TV, escribió: "Pido que honremos en este humilde jurado la capacidad de entretener, seducir, emocionar y divertir que sólo puede tener lo audiovisual. Más allá de su duración, de para qué cliente y agencia sea, fecha, hora y lugar donde fue emitido.

Sería una pena que nos perdiéramos la oportunidad de premiar lo diferente y popular que tiene la publicidad de este lado del mundo".

Con esta opinión coincidió el director general creativo de TBWA Argentina, Guillermo Castañeda, quien sostuvo: "Más allá de los nuevos medios o los nuevos soportes, a mí me sigue pareciendo innovador la pieza que me emociona, la que me hace reír, la que me sorprende desde la idea. Sobre todo después de tantos años de laburo, me encanta que una idea me sorprenda desde algún lugar. Después puede ser parte de un caso, salir en la tele, verse en la compu o en un celular, me da lo mismo".

En cuanto a las agencias, sobresalen aquí Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi y Young & Rubicam Argentina con ocho trabajos cada una, seguidas por Leo Burnett Argentina con seis (coincide en el mismo valor con Ogilvy & Mather México). Sin embargo, rompiendo con la tendencia esperada, la gran sorpresa fue una agencia española. Si bien éste país cuenta con una proporción menor de piezas en el shortlist que Argentina, es la líder en el conteo por agencia: se trata de McCann Erickson España que posee nueve trabajos entre los finalistas.

Brasil y México, entre los favoritos

Esta noche se entregarán los galardones correspondientes a El Ojo Vía Pública, una de las categorías que supo destacarse en los últimos años por su alto nivel competitivo. Una vez más, Brasil está primero en cantidad de piezas dentro del shortlist y México se posiciona en segundo lugar.

Brasil encabeza el shortlist de El Ojo Classic Vía Pública alzándose con 18 piezas. México por su parte, ocupa la segunda posición con 11 entradas. En tercer lugar está Argentina, con ocho, y Colombia lo sigue con siete en su haber. Estos son sólo 44 de los de los 58 finalistas que este año fueron elegidos por los jurados como la mejor muestra de creatividad del año.

Más abajo en la lista, se encuentran Centroamérica y Caribe, con cuatro trabajos, España, con tres, y Chile con dos. Finalmente, Ecuador, Estados Unidos Hispano, Portugal, Puerto Rico y Uruguay completan el shortlist con una pieza cada uno.

Respecto al trabajo latinoamericano en general, Juan José Posada, el director general creativo de Ogilvy Colombia, comenta: "Hemos



Juan José Posada, el director general creativo de Ogilvy Colombia.



Demián Campos, director creativo de Publicis Venezuela.

mejorado la factura, le estamos metiendo más ganas que nunca y eso se ve. Un poco ingenuos aún, pero en el camino correcto".

"Me gustan mucho algunos casos y acciones latinoamericanas porque se llevan a cabo con

muy poco dinero y apuntan con gran poder a la idea. El trabajo que no me deja de sorprender es "Teletransporter, uno de esos inventos maravillosos que deberían venderse en todos los bares del mundo", cuenta Demián Campos, director creativo de Publicis Venezuela.

México y Colombia lideran en Radio

Llega la última noche de premiaciones y se darán a conocer los mejores trabajos de radio. Este año, el shortlist de esta categoría de El Ojo Classic es encabezado por México.

En la esperada última noche de premiaciones se develará el secreto: finalmente sabremos quiénes serán los galardonados por sus spots de radio. En esta edición de El Ojo de Iberoamérica, 61 de los 450 trabajos inscriptos disputan el primer lugar.

Y parece que mucho de lo que gusta hoy tiene su sede en México y en Colombia, quienes se quedaron con 14 y 9 finalistas, respectivamente.

Uruguay también logró gran impacto en el jurado con tres trabajos destacados, seguido por Estados Unidos Hispano, Chile y Brasil con seis cada uno. Les siguieron Centroaméri-



Miguel Bemfica, director general creativo de Delvico JWT.

ca/Caribe con cuatro, Argentina con tres, y Perú, España y Puerto Rico con dos finalistas cada una.

Consistente con el origen de los trabajos, las agencias con mayores logros fueron por México Ogilvy & Mather con 7 finalistas y por Colombia Leo Burnett con 3.

"Iberoamérica sigue muy bien en lo que es ATL. Sin embargo, en la parte digital todavía llevamos muchos goles de los gringos, en especial los americanos y japoneses. No entiendo por qué todavía hay tan pocas agencias con buenas ideas non-tradicionales", se exclamó Miguel Bemfica, director general creativo de Delvico JWT.

Esta noche se develarán los premios de El Ojo Classic en Radio a las 20.00hs.

DOS DÍAS EN FOTOS

Instantáneas de El Ojo 2010



1 - Rishad Tobaccowala, durante su conferencia del lunes. 2 - Walter Aregger, festeja uno de los premios que DDB México ganó en El Ojo Local. 3 - Rui Piranda, Presidente del Jurado de El Ojo Directo en la muestra gráfica de El Ojo 2010. 4 - Bob Greenberg, cautivó al público asistente con su charla de ayer. 5 - Leandro Raposo y Chavo D'Emilio, conversan en el escenario de El Ojo, previo a la conferencia del segundo. 6 - Fernanda Romano, directora creativa global de Euro RSCG Interactive es entrevistada por las cámaras de LatinSpots. 7 - Mario Sánchez del Real, Fernando Barbella y Sergio Mugnaini, se divierten posando para las cámaras de El Ojo. 8 - Federico Hauri de Conill S&S recibe el premio de su agencia en El Ojo Local. 9 - Ricardo Chadwick, de la agencia peruana Fahrenheit en el escenario del Hilton. 10 - Miqy, Milovan Radovic y Alejandro Noriega de Fat Free Films, la Mejor Productora de Perú. 11 - Flavio Pantigoso recibe el premio a la Mejor Agencia de Perú. 12 - Joseph Crump, durante su charla a sala llena en el primer día de conferencias. 13 - Pablo Castro, de Mayo Drafftcb Chile en las inmediaciones de El Ojo junto a uno de sus colegas. 14 - Ferando Barbella, en una charla a solas



con Bob Greenberg. 15 - Diego Lazcano, director general creativo de Y&R Uruguay, el Mejor Creativo de su país. 16 - Aurélio Lopes, presidente de Drafftcb Latam, firma el libro de conferencistas 2010. 17 - Mariano Serkin y Maximiliano Itzkoff, directores generales creativos de Del Campo Nazca S&S con uno de los tantos oros de la agencia. 18 - Adilson Xavier, luego de conferencia de El Ojo 2010. 19 - Ricardo Fernandez, VP de Marketing de Ambev recibe el premio al Mejor Anunciante de Argentina. 20- Rodolfo Borrelli, VP creativo de Pagés BBDO fue uno de los Mejores de Centroamérica y Caribe en el año que pasó. 21 - La gente de Sancho BBDO Colombia festeja en el escenario del Hilton uno de los premios que su agencia ganó en El Ojo Local 22 - Jesús Arévalo García, en su conferencia del martes. 23 - Santiago Keller Sarmiento, presidente de LatinSpots y El Ojo de Iberoamérica comparte su visión sobre la industria con Bob Greenberg, presidente de R/GA.



REFERENCIAS

- | | |
|---|---|
| 1. Manifiesto. Amoblado. | 10. Muestra gráfica de El Ojo de Iberoamérica 2010. |
| 2. Getty Images. Banco de Imágenes | 11. Sala de Proyecciones/Workshops y VIP LatinSpots |
| 3. Underground. Escuela de creatividad | 12. Escenario |
| 4. Borghetti. Licor de café expreso. | 13. Stand de LatinSpots |
| 5. Epika | 14. Sala de Prensa |
| 6. La Escuelita. Escuela de creatividad | 15. Acreditaciones / Caja / Administración |
| 7. Paste | |
| 8. SIA Interactive. | |
| 9. SourceCreative. | |

*Al costado 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.

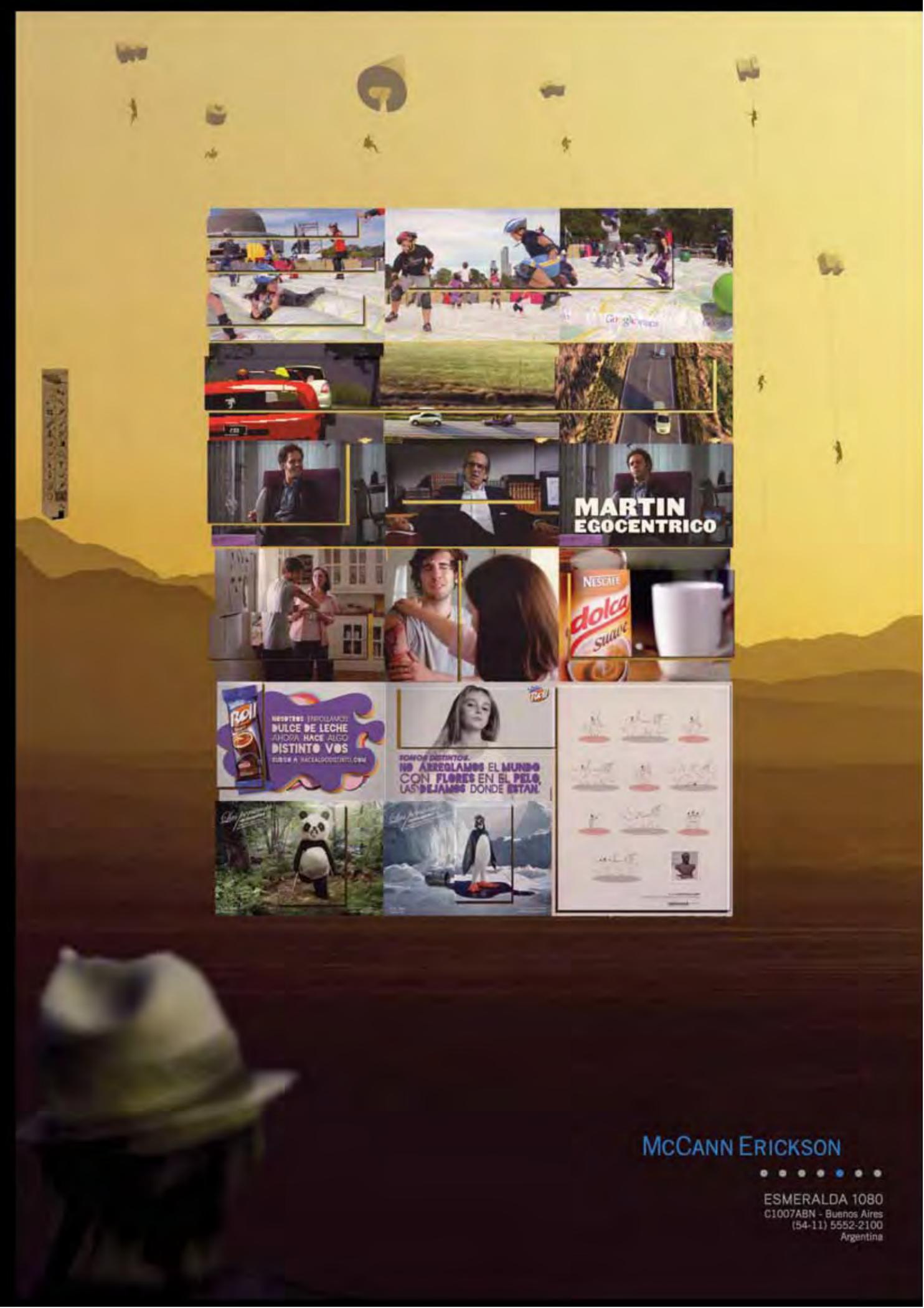
Diseño:
Diego Moreda, Yanina M. García.

Fotos:
Archivo LatinSpots y El Ojo de Iberoamérica. Estudio Tres Blancos - www.tresblancos.com

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

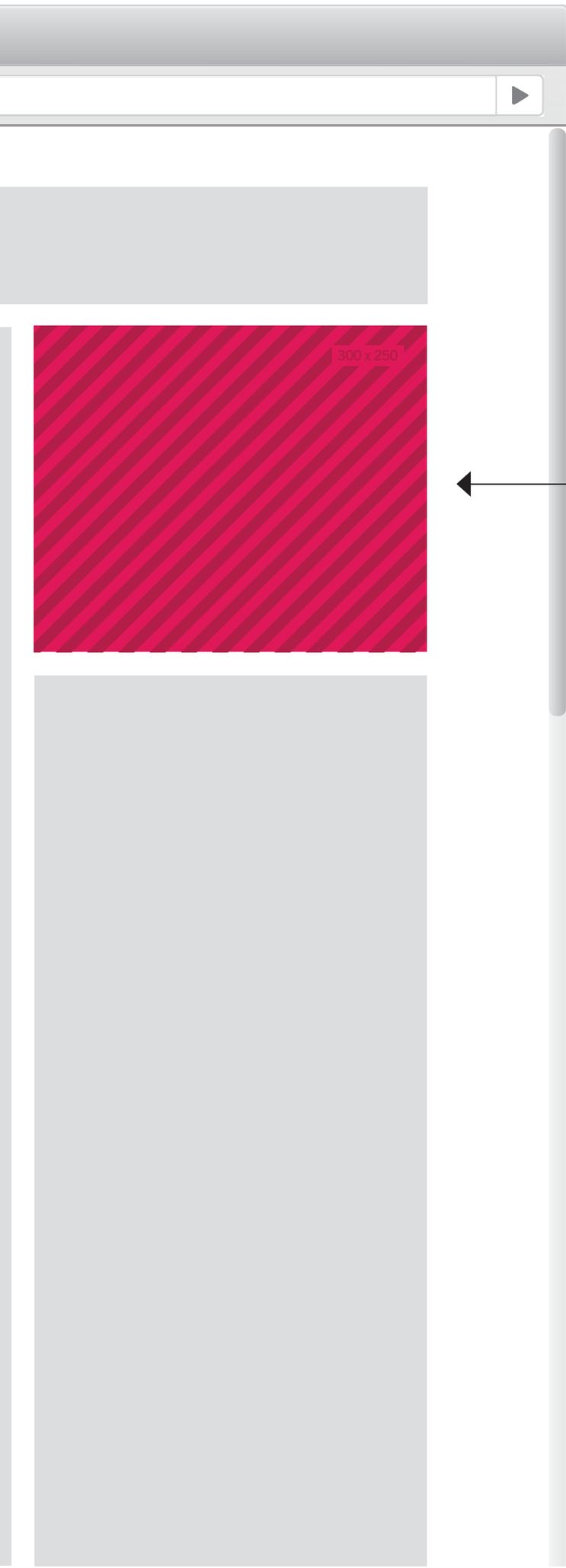
© Derechos reservados. Copyright by LatinSpots Internacional S.A. Registro de Propiedad Intelectual en trámite.

PATROCINAN EL OJO 2010



MCCANN ERICKSON

ESMERALDA 1080
C1007ABN - Buenos Aires
(54-11) 5552-2100
Argentina



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

Google™