



Categorías

Televisión/Cine • Gráfica • Vía Pública • Radio • Diseño/Marketing Directo • Técnicas de Producción Audiovisual • Interactivo • Innovación en Medios • Campañas Integrales

Televisión/Cine, Gráfica y Radio.

- 1 Alimentos/Comidas/Lácteos/Golosinas/Chocolates/Snacks**
- 2 Bebidas (alcohólicas y no alcohólicas)**
- 3 Higiene doméstica/Mantenimiento del hogar/Mascotas**
- 4 Electrodomésticos/Muebles/Accesorios del hogar**
- 5 Belleza/Higiene personal/Cosmética/Perfumería/Artículos medicinales y farmacéuticos**
- 6 Vestimenta/Textiles/Calzados/Joyas/Accesorios personales/Cigarrillos/Tabaco**
- 7 Automóviles/Vehículos varios/Accesorios/Repuestos/Combustibles**
- 8 Bancos/Financieras/Seguros/Jubilaciones/Pensiones**
- 9 Servicios de Bien Público**
- 10 Imagen Corporativa/Institucional**
- 11 Negocios al público/Supermercados/Shoppings/Restaurantes**
- 12 Electrónica/Computación/Audio/Video/Accesorios**
- 13 Medios de comunicación/Publicaciones**
- 14 Recreación/Placer/Tiempo Libre/Espectáculos/Juguetes**
- 15 Transporte/Viajes/Turismo**
- 16 Servicios Públicos y Privados/Telefonía/Electricidad/Correo/Gas/Agua/Salud/ Enseñanza Privada**
- 17 Campañas Productos**
- 18 Campañas Servicios**
- 19 Campañas Bien Público**
- 20 Campañas Corporativas**
- 21 Varios**

Televisión/Cine (solamente)

- 22 Bajo Presupuesto (Hasta US\$ 10.000)**

Radio (solamente)

- 23 Jingles**
- 24 Música Original**
- 25 Audio logo**

Vía Pública (*outdoor*)

- 26 Institucional
- 27 Productos
- 28 Servicios
- 29 Campañas

NOTA: el material que se inscriba en campañas y también en piezas separadas, deberá abonar el arancel correspondiente a cada inscripción. No se aceptarán comerciales de televisión que superen los tres minutos de duración.

Técnicas de Producción Audiovisual

- 30 Dirección General
- 31 Dirección de Actores
- 32 Dirección de Arte
- 33 Fotografía
- 34 Edición
- 35 Animación Computada
- 36 Efectos Especiales
- 37 Producción General
- 38 Música Adaptada
- 39 Música Original
- 40 Jingles
- 41 Audio logo

Interactivo

- 42 **Banners (espacio fijo)**: todas las inscripciones en esta categoría deben ser concebidas según los tamaños estándares de la industria. No deben extenderse más allá de sus bordes y pueden ser interactivos dentro de esos límites.
- 43 **Banners (rich media/dinámicos)**: incluye dinámicos e interactivos que se expanden más allá de sus dimensiones originales.
- 44 **Beyond-the-Banner**: páginas de destino, interstitials, superstitials y microsites.
- 45 **Hot Sites**: de producto o campaña específica, con un tiempo determinado y finito de permanencia en el aire.
- 46 **Juegos Online**: obligatoriamente deben incluir promoción de una marca.
- 47 **Online (movies y producciones independientes)**: concebidos *exclusivamente* para su difusión online, en sitios corporativos o específicos de emisión de videos. No son válidas adaptaciones de spots de televisión o realizaciones creadas para otros medios.
- 48 **Campañas Interactivas**: de 2 a 4 piezas de un mismo producto o servicio, utilizando alguna de las categorías interactivas antes mencionadas.

Innovación en Medios

Medios

- 49 Televisión / Cine / Radio**
- 50 Gráfica**
- 51 Instalaciones en Vía Pública**
- 52 Eventos / Promociones / Medios no tradicionales**
- 53 Internet**
- 54 Medios combinados**
- 55 Auspicios**
- 56 Advertainment**

Público Objetivo

- 57 Niños/Jóvenes**
- 58 Adultos**
- 59 Business to business**

Diseño/Marketing Directo

- 60 Packaging de productos:** envoltorios, cajas, empaques, bolsas, envases, etc.
- 61 Correo directo (formato bidimensional):** piezas planas, folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones, reportes de auditoría, calendarios, memorias y balances, etc.
- 62 Correo directo (formato tridimensional):** corpóreos, desplegados, troquelados, folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones, reportes de auditoría, balances, etc.
- 63 E-mail y celulares:** informaciones -institucionales, de venta o de bien público- enviadas por correo electrónico o celular.
- 64 Acciones de campo:** puerta a puerta, merchandising, guerrilla, etc.
- 65 Medios combinados:** acciones de un mismo producto o servicio que involucren el uso de cualquiera de las alternativas antes descritas (categorías 61/62/63/64).

Disciplina Especial

- 66 Campañas integrales:** esta nueva disciplina contempla todas las campañas que hayan sido desarrolladas para más de dos medios o disciplinas antes descritas en este reglamento (pudiéndose presentar hasta un máximo de cinco medios diferentes). En el caso de que en uno de esos medios el mensaje forme parte de una campaña, se deberán inscribir todos los mensajes que integren dicha campaña (tres comerciales de televisión, tres avisos de gráfica, etc.) y será contado como una sola disciplina. Por ejemplo: tres comerciales de televisión deben adicionarse como mínimo a cualquier otra pieza o campaña de otro medio para poder participar en Campañas integrales.

Estudiantes Creativos (Gráfica)

- 67 Productos**
- 68 Servicios**
- 69 Institucional**
- 70 Bien Público**