

EL OJO DE IBEROAMERICA 2007

Ve más allá

PROGRAMA OFICIAL DEL X FESTIVAL INTERNACIONAL EL OJO DE IBEROAMERICA
19, 20 Y 21 DE NOVIEMBRE | HILTON BUENOS AIRES



Vea como una semilla revolucionará la comunicación.



Los festivales sólo sirven
para alimentar el ego
de los que trabajamos en esto.

Algo teníamos que comer aparte de pizza.



Gracias a El Ojo por cambiarnos la dieta una vez al año, durante diez años.

EL OJO DE IBEROAMERICA 2007

10 Años de Publicidad Latina

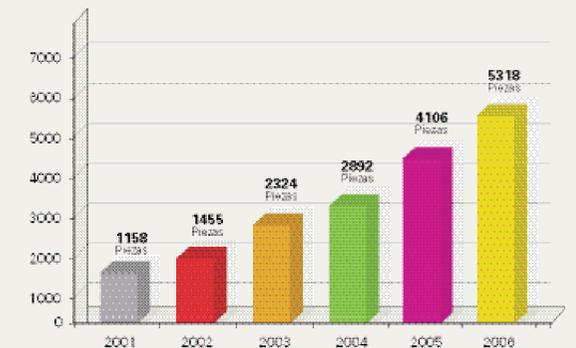


Este año, el festival internacional *El Ojo de Iberoamérica* festeja diez ediciones y una década junto a la publicidad latina. El evento comenzó en 1998 como una forma de reconocer a los profesionales y empresas que estaban impulsando a la publicidad latina hacia nuevas fronteras, y ha avanzado junto al desarrollo de la región hasta convertirse en un evento que atrae figuras mundiales ávidas de saber qué pasa de este lado del mundo. Hoy *El Ojo* es un prestigioso premio a los mejores trabajos y al desempeño de los profesionales y empresas de la región, un ciclo de conferencias con líderes de la comunicación latina y mundial, un punto de encuentro auténtico para los profesionales, un espacio de intercambio, inspiración e innovación, una serie de eventos culturales y mucho más. Es la cita obligada de la publicidad, la comunicación y el *marketing* regional. A continuación, la historia de un festival que hizo historia.

El festival internacional *El Ojo de Iberoamérica* nació en 1998 con motivo del cuarto aniversario de *LatinSpots*, como un festejo y un premio a la labor de los más destacados profesionales de la región. La gran convocatoria de figuras de todos los puntos de la región y el interés por el premio marcaron el inicio de una propuesta que no paró de crecer. Así, en 1999 hubo una nueva edición de *El Ojo* en su formato original, en la que la respuesta y el nivel de invitados dejaron claro cuán necesario era un punto de encuentro e intercambio entre los profesionales de la región. Por lo tanto, en el año 2000 *El Ojo* elevó su escenario y cedió su espacio para que reconocidas figuras de la región pudieran hablar sobre los temas relevantes de la industria. Así nació el ciclo de conferencias del festival, que año tras año creció atrayendo a las mentes más relevantes de la industria mundial. Ese año, *El Ojo* pidió a los profesionales que estaban postulados al Premio al Desempeño que enviaran sus últimos trabajos como una forma de actualizar la mirada sobre su desarrollo, y la cantidad y el nivel del material fueron tales que sentaron las bases para el Premio a las Mejores Piezas.

En 2001 *El Ojo* abrió la posibilidad de inscribir piezas por categorías y lanzó el Premio a las Mejores Piezas de Iberoamérica y por país que se sumó al ya reconocido Premio al Desempeño. También publicó por primera vez El Libro Anuario que recopilaba lo mejor del material inscripto en el concurso. El Libro Anuario contaba con una herramienta revolucionaria e invaluable: un DVD Rom con todo el material enviado al premio: desde este momento, a través del Libro Anuario y el DVD Rom, *El Ojo* sería el primer festival en ofrecer en el mismo evento una compilación de todo el material inscripto. Una verdadera enciclopedia de la publicidad regional.

A partir del año 2002, y los siguientes, año a año, *El Ojo* experimentó un crecimiento en la cantidad de piezas inscriptas, nivel de conferencistas y público participante que lo impulsaron al espacio que ocupa hoy. En este período, creció en un porcentaje de dos dígitos cada año hasta llegar a más de 5300 piezas el año pasado. Pero además, en este año también incorporó en forma pionera la inscripción y votación de los premios absolutamente en forma *online* cuando ni siquiera los festivales internacionales lo tenían. Cada año, *El Ojo de Iberoamérica* avanzó junto a la industria y se adaptó a los cambios que se dieron en la publicidad. Así, en 2003 implementó los premios *El Ojo Interactivo* y *El Ojo Innovador* para las mejores piezas de medios digitales y los mejores trabajos de creatividad e innovación en medios. En 2005, frente al avance de la publicidad en Vía Pública implementó este premio. El año pasado, 2006, *El Ojo* vivió otro cambio e incorporó los



premios El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo Contenido y El Tercer Ojo, a las mejores piezas de marketing directo, promociones, contenido para marcas e ideas que rompen paradigmas y abren fronteras, respectivamente.

Mientras tanto, los premios a las mejores piezas de Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública pasaron a integrarse al nuevo El Ojo Classic.

Finalmente, este 2007 y en su 10º Aniversario el festival modificó la modalidad de elección de jurados para otorgar un mejor juzgamiento. *El Ojo* siempre se caracterizó por tener un método de votación que asegura la elección justa e imparcialidad, y esta modificación se inscribe en esa línea.

A partir de esta edición, los premios El Ojo Classic Cine/TV y El Ojo Classic Gráfica son entregados por un cuerpo de 40 jurados cada uno y El Ojo Classic Radio y El Ojo Classic Vía Pública por uno de 20 miembros, todos formados por los más destacados profesionales de la región.

Por otro lado, un cuerpo de jurados de más de 150 profesionales eligen a los ganadores de El Ojo Local, es decir, las mejores piezas y profesionales y empresas por cada país/zona. Este premio es otorgado reconociendo las desigualdades en el desarrollo publicitario de cada país, con el fin de estimular el talento en cada país en particular y reconocer a los que más se han destacado a nivel local.

Para entregar este premio, *El Ojo* convoca a diez jurados de cada país/zona participante (excepto Brasil y Argentina con dieciséis por su gran cantidad de inscripciones), que son los encargados de elegir a los mejores de cada mercado.

TRABAJOS QUE HICIERON HISTORIA

A lo largo de los años, *El Ojo de Iberoamérica* ha premiado a los trabajos que luego han marcado historia en la publicidad regional. Basta con recordar la dulzura del comercial *Bostezo*, de Agulla & Baccetti para Telecom filmado por Fabián Bielinsky en 2001; la frescura de *Metamorfosis*, de Vegaolmosponce para Axe (2002); la emotividad de *Para Todos*, de McCann Erickson Argentina para Coca-Cola (2002*); o la ternura de *Sombra*, de JWT Argentina para Aerolíneas Argentinas. O algunas gráficas como la impactante campaña *Ojos*, de F/Nazca para SOS Mata Atlántica (2001); la inolvidable cam-

paña *Jirafa-Oso polar-León*, que comparaba los precios de un peluche y los animales originales, de Del Campo Nazca S&S para el Zoo de Buenos Aires (2003); la simpática campaña *Después de los 70*, de Almap BBDO para Fundación Eye Care (2003*); o la dura *Favela*, de Leo Burnett Brasil para The Akatu Institute, que desafiaba a preguntarse cuán indiferente se puede ser ante la pobreza (2004).

En la página siguiente, la tabla completa de ganadores por año.

FIGURAS QUE IMPULSARON LA IMAGEN LATINA

El Ojo de Iberoamérica se destacó por premiar la trayectoria y el desempeño de los profesionales y empresas que con su trabajo sólido y constante, impulsaron a la región a nuevos espacios de prestigio.

Aquellos creativos, agencias, productoras, realizadores, anunciantes y redes que hicieron que cada año Iberoamérica fuera mucho más allá están listados en la página 8.

INSPIRACION SIN FRONTERAS

Desde 2000, *El Ojo de Iberoamérica* ha prestado su escenario a algunas de las mentes más brillantes de la industria publicitaria mundial. Estuvieron en *El Ojo* iconos creativos globales como **Neil French**, una leyenda de la publicidad mundial y ex asesor creativo del grupo WPP (2004); **Bob Scarpelli**, quien es director creativo mundial de DDB y fue presidente del jurado en la última edición de Cannes (2004); **David Droga**, quien revolucionó Saatchi & Saatchi Londres y luego fundó la agencia que más dio que hablar en el último año: Droga5 (2003) y **Mark Waites**, el fundador de la agencia inglesa más relevante de los últimos tiempos: Mother (2004). También estuvieron creativos de distintos puntos del globo con enorme éxito en los últimos años como **Erik Vervroegen**, co-presidente y director creativo ejecutivo de TBWA\París, que fue cuatro veces Agencia del Año en el festival de Cannes (2006); **Craig Davis**, el australiano que ideó la nueva postura creativa mundial de la red JWT (2006); **Frank Palmer**, presidente y CEO de una de las agencias más importantes de Canadá: DDB Canadá (2006); y **Walter Susini**, el ítalo-brasileño ex director de publicidad de Coca

Cuadro 1

Año	Cine/TV	Gráfica	Radio	Vía Pública	Interactivo	Innovador	Promo	Directo	Contenido	Tercer Ojo
2006	<i>Choques</i> , de Vegaolmosponce para Axe3. Producido por Pioneer Productions.	<i>Boxeador</i> , de BBDO Chile para PlayStation2.	<i>Funeral</i> , de Ogilvy Argentina para Sprite.	<i>Ruta</i> , de Del Campo Nazca S&S para Ariel.	<i>Choque</i> , de DDB Brasil para Itaú Seguros.	<i>Títore</i> , de JWT/El Hotel para LatinSpots.	<i>099 Navidad</i> , de Young & Rubicam Uruguay para Ancel.	<i>Mirilla</i> , de Quórum Nazca S&S para Papa John's.	<i>#15</i> , de FiRe Américas para Telefónica de Argentina.	<i>Amo a Laura</i> , de Tiempo BBDO para MTV España.
2005	<i>Aplausos</i> , de Santo Buenos Aires para Coca Cola Light. Productora: Landia.	<i>Banderas</i> , de FCB Lisboa para Grande Reportagem.	<i>Cielo</i> , de JWT Argentina/El Hotel para Atún La Campagnola.	<i>Edificio</i> , de Ogilvy Chile para Lego Chile.	<i>Just in time</i> , de DDB Brasil para Fedex.	<i>Los Reyes</i> , de Sancho BBDO Colombia para RCN TV.	-	-	-	-
2004**	<i>Sombra</i> , de JWT Argentina para Aerolíneas Argentinas. Producido por Compañía Cinematográfica.	<i>Arrugas</i> , de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi para Zoo de Buenos Aires./ <i>Favela</i> , de Leo Burnett Brasil para The Akatu Institute.	<i>Amigas</i> , de Tiempo BBDO para Renault.	-	<i>Nike San Silvestre Vallecana 2003</i> , de DoubleYou para American Nike.	<i>Rompiendo el Zapping</i> , de OMD Chile para Cerveza Cristal.	-	-	-	-
2003*	Mejor Pieza: <i>Bebé</i> , de la comunidad para MTV Latinoamérica./ Mejor Campaña: <i>Una vez vi MTV</i> , de la comunidad para MTV.	Mejor Pieza: <i>Después de los 70</i> , de Almap BBDO para Fundación Eye Care. / Mejor Campaña: <i>Jirafa-Oso Polar-León</i> , de Del Campo Nazca S&S para el Zoo de Bs. As.	Mejor Pieza y Campaña: <i>Eteban</i> , de DDB Argentina para Eveready.	-	-	<i>Pierluigi</i> , de Vega Olmos Ponce para Axe.	-	-	-	-
2002*	Mejor Pieza: <i>Metamorfosis</i> , de Vegaolmosponce para Unilever./ Mejor campaña: <i>Para todos</i> , de McCann-Erickson Argentina para Coca Cola.	<i>Mizuno Wave</i> , de Almap BBDO para Sao Paulo Alpargatas.	<i>Eructo</i> , de Vega Olmos Ponce para Axe.	-	-	-	-	-	-	-
2001	<i>Bostezo</i> , de Agulla & Baccetti para Telecom Argentina. Productora: Argentinacine	<i>Ojos</i> , de F/Nazca S&S Brasil para SOS Mata Atlántica.	<i>Paletéo</i> , de Publiart Euro RSCG para Fundación Fíliol.	-	-	-	-	-	-	-

(*) En los años 2002 y 2003 se entregaron Grandes Ojos a las Mejores Piezas y Mejores Campañas de la región en El Ojo Classic.

(**) En 2004 hubo un empate y se entregaron dos Grandes Ojos de El Ojo Classic Gráfica.

Cuadro 2

Año	Mejor Agencia	Mejor Director Creativo	Mejor Productora	Mejor Realizador	Mejor Anunciante	Mejor Red
2006	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Maxi Anselmo / Sebastián Wilhelm (Santo Buenos Aires)	Landia	Andy Fogwill (Landia)	Coca Cola de Argentina	JWT Latinoamérica
2005	Almap BBDO	Marcello Serpa (Almap BBDO)	Landia	Andy Fogwill (Argentina)	Coca Cola de Argentina	BBDO Latinoamérica
2004	Almap BBDO	Marcello Serpa (Almap BBDO)	Landia República	Andy Fogwill (Landia República)	Aerolíneas Argentinas	BBDO Latinoamérica
2003	Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi	Marcello Serpa (Almap BBDO)	García Bross & Asociados	Andy Fogwill (Landia República)	MTV Latinoamérica	BBDO Latinoamérica
2002	Agulla & Baccetti	Hernán Ponce (Vegaalmosponce)	Peluca Films	Simón Bross (García Bross & Asoc. México)	Unilever	Lowe Latinoamérica
2001	Agulla & Baccetti	Fabio Fernandes (F/Nazca Saatchi & Saatchi)/Marcello Serpa (AlmapBBDO)	Peluca Films	Peluca (Peluca Films) Argentina	Telecom Argentina	Leo Burnett Latinoamérica
2000	Almap BBDO	Marcello Serpa (Almap BBDO)	Flehner Films	Simón Bross (García Bross & Asociados)	Renault	BBDO Latinoamérica
1999	Agulla & Baccetti	Marcello Serpa (Almap BBDO)	2001 Argentina	Pucho Mentasti (2001)	Renault	Lowe Latinoamérica
1998	DM9 DDB	Marcello Serpa (Almap BBDO)	2001 Argentina	Pucho Mentasti (2001 Argentina)	-	-

Cola para América Latina, que impuso un estilo de trabajo y cambió la cara de la marca en la región (2006).

Además, *El Ojo* recibió a hombres de negocios como **Bob Jeffrey**, quien guía el cambio global que convirtió a J. Walter Thompson en JWT (2005); **Keith Reinhard**, entonces *chairman* de DDB Worldwide (2000); **Marcos Golfari**, el director regional Latin America de Ogilvy Latina (2006); **Gustavo Martínez**, presidente de Ogilvy Latina Sur, miembro del comité ejecutivo de Ogilvy Latina y COO regional de Ogilvy (2006); **Nizan Guanaes**, emblema de la publicidad brasileña y hoy fundador y presidente de África (2001); y **Jorge Luis Díaz**, vicepresidente de *marketing* de Procter & Gamble para Latinoamérica (2006). Entre los creativos latinos, estuvieron en el escenario de *El Ojo*, **Miguel Angel Furones**, el español que fue director creativo mundial de Leo Burnett (2003); **Juan Carlos Ortiz**, el colombiano que hoy preside Leo Burnett Norteamérica (2006); **Hernán Ponce**, fundador y director general creativo de Vegaalmosponce, una agencia de proyección mundial que crea para la marca Impulse a nivel global (2002); **Fernando Vega Olmos**, también fundador de Vegaalmosponce, hoy director creativo mundial de Lowe para Unilever y fundador de Lola (2000); **Marcello Serpa**, el brasileño que es una figura mundial

de la red BBDO, socio y director general creativo de Almap BBDO (2000 y 2005); **Pablo del Campo**, CEO de Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi y creador del evento *La batalla de las superficies* (2002); **Joaquín y José Mollá**, fundadores de la comunidad Buenos Aires/Miami (2001 y 2006); **Fábio Fernandes**, el CEO de F/Nazca Saatchi & Saatchi y figura indiscutida de la publicidad brasileña (2001); y **Rodrigo Figueroa Reyes**, socio fundador y director regional de contenidos de FiRe (2001 y 2006), entre muchos otros.

El Ojo también recibió a reconocidos realizadores como **Andy Fogwill**, fundador y realizador de la reconocida productora de proyección mundial Landia (2004) y **Simón Bross**, realizador mexicano de la productora García Bross & Asociados (2001).

VE MAS ALLA

Todos estos elementos hacen a *El Ojo de Iberoamérica* un evento único que conjuga un prestigioso premio con capacitación e inspiración de primer nivel y un espacio que propicia el encuentro entre los profesionales de la industria. Cada año, *El Ojo* impulsa los límites de la publicidad iberoamericana, la hace crecer y la potencia. Como cada año, en su 10º Aniversario *El Ojo* ve más allá.



JWT

Y&R



No te rompas más la cabeza.

SPE Networks Latin America

SPE Networks Latin America



Aquí siempre encaja tu marca.

PANREGIONAL
SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL
CONTACTO: IRVING PLONSKIER
E-MAIL: IRVING_PLONSKIER@SPE.SONY.COM
TELÉFONO: +1(305) 532 24 29

LOS ÁNGELES
SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL
CONTACTO: JAMIE WEISSENBORN
E-MAIL: JAMIE_WEISSENBORN@SPE.SONY.COM
TELÉFONO: +1(310) 244-3803

MÉXICO
SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL
CONTACTO: WALTER RODRÍGUEZ
E-MAIL: WALTER_RODRIGUEZ@SPE.SONY.COM
TELÉFONO: (+52 55) 52582791



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

(*) Por cualquier cambio en el cronograma de actividades o detalles sobre las proyecciones de cada día visitar www.elojodeiberoamerica.com

Las Conferencias tienen cupo limitado y los organizadores se reservan el derecho de cambiar el programa, los conferencistas y los horarios sin que exista necesidad de comunicación previa, así como también incluir nuevos conferencistas. Para ver la actualización de este programa ir a www.elojodeiberoamerica.com

LUNES 19/11

8.30 Apertura de acreditaciones, exposición, área de stands y prensa.

9.00 Proyección de finalistas de El Ojo Contenido, El Tercer Ojo y El Ojo Classic de Cine/TV.
Salón Atlántico B

9.30 Conferencia: "Ocho charlas al precio de una", por **Maximiliano Anselmo** y **Sebastián Wilhelm**, socios fundadores y directores generales creativos de Santo Buenos Aires.
Salón Pacífico A

12.00 Conferencia: "Tres miradas sobre la imagen y la comunicación", por **Luis Puenzo**, **Pucho Mentasti** y **Juan José Campanela**, directores de cine. Moderación: Axel Kuschevatzky. Auspiciada por **Cinecolor**.
Salón Pacífico A

14.00 hs Proyección de finalistas El Ojo Contenido, El Tercer Ojo, y finalistas de Cine/TV.
Salón Atlántico B

15.00 Conferencia: "Encender la energía de las marcas", por **John Gerzema**, director de insights global de Y&R Brands.
Salón Pacífico A

16.30 Conferencia: "Los desafíos y el futuro de la publicidad latina para los próximos 10 años" Panel de debate, por **Eddie González** (Y&R), **Gustavo Martínez** (Ogilvy), **Luca Lindner** (McCann Erickson) y **Ricardo Monteiro** (Euro RSCG).
Salón Pacífico A

19.00 Coffee Break general **Salón Pacífico B** (Salón de Fiestas)

18.00 Acreditación para Ceremonia de Premiación **Foyer de Acreditaciones**

19.30 Ceremonia de Premiación de Nuevos Talentos, El Ojo Directo, El Ojo Promo, Premio Especial a las Mejores Postales, El Ojo Innovador, El Ojo Contenido y El Ojo Interactivo.
Salón Pacífico A

22.00 Cierre de las actividades del día.

MARTES 20/11

8.30 Apertura de acreditaciones, exposición, área de stands y prensa.

9.00 Proyección de ganadores de El Ojo Promo, El Ojo Directo, El Ojo Innovador y El Ojo Contenido. Finalistas de El Ojo Classic Cine/TV. (Ver detalle actualizado en www.elojodeiberoamerica.com)
Salón Atlántico B

9.30 Conferencia: "Yo quiero hablar con Juan Pérez", por **Raúl Cardós**, presidente de DDB México y director creativo regional de DDB Latinoamérica.
Salón Pacífico A

10.45 Conferencia: "Fuego arrasador: ideas que se esparcen y venden", por **Mark Tutssel**, director creativo mundial de Leo Burnett.
Salón Pacífico A

12.00 Conferencia: "Publicidad rich media: tendencias globales y mejores prácticas", por **Thatcher Perkins**, gerente de producto de rich media de Microsoft Advertiser & Publisher Solutions.
Salón Pacífico A

14.00 Proyección de ganadores de El Ojo Promo, El Ojo Directo, El Ojo Innovador y El Ojo Contenido. Proyección de finalistas de Cine/TV (Ver detalle actualizado en www.elojodeiberoamerica.com)
Salón Atlántico B

14.30 Conferencia: "Como la crisis global del medio ambiente está influenciando el lenguaje visual", por **Andrew**

Saunders, vicepresidente de Imágenes Creativas de Getty Images.
Salón Pacífico A

15.50 Conferencia: "La fusión de creatividad y responsabilidad: el nuevo modelo", por **Howard Draft** chairman & CEO de Draftfcb.
Salón Pacífico A

17.10 Conferencia: "Por qué las agencias deberían contratar más peces", por **Guy Murphy**, director de *planning* mundial de JWT worldwide.
Salón Pacífico A

18.30 Cierre de conferencias del día y de sala de exposiciones.

19.15 Acreditación Ceremonia de Premiación y Cocktail

20.00 Ceremonia de Premiación El Ojo Local (Desempeño y Mejores Piezas Locales), *El Ojo Iberoamérica* (Postproducción y Premio Especial Getty Images).
Salón Pacífico A

22.30 Fiesta. Artista invitado: Open 24.
Salón Pacífico B

MIÉRCOLES 21/11

8.30 Apertura de acreditaciones, exposición, área de stands y prensa

8.30 Proyección de finalistas Cine/TV y El Tercer Ojo (Ver detalle actualizado en www.elojodeiberoamerica.com)
Salón Atlántico B

9.30 Conferencia: "Los desafíos y oportunidades del marketing móvil y viral", por **André Zimmermann** y **Martin Hazan**, gerente de operaciones de Media Contacts Brasil y director regional creativo de MRM Latinoamérica, respectivamente.
Salón Pacífico A

10.30 Conferencia: "Me duele el dedo. Interactividad post click", por **Joakim Bogstrom**, director creativo interactivo Wieden & Kennedy Amsterdam.
Salón Pacífico A

12.00 Conferencia: "Creación de plataformas de contenido para marcas", por **Rogelio Jaua**, vicepresidente de producción de SPE Networks Latin America.
Salón Pacífico A

14.00 Proyección de finalistas de Cine/TV. (Ver detalle actualizado en www.elojodeiberoamerica.com)

15.00 Conferencia: "Tendiendo un puente entre la brecha cliente-agencia", por **Esther Lee**, CEO para Norteamérica de Euro RSCG y presidente de Global Brands.
Salón Pacífico A

16.30 Conferencia: "No necesitas mucho, sólo necesitas una idea", por **Tham Khai Meng**, co-chairman de Ogilvy Asia Pacífico.
Salón Pacífico A

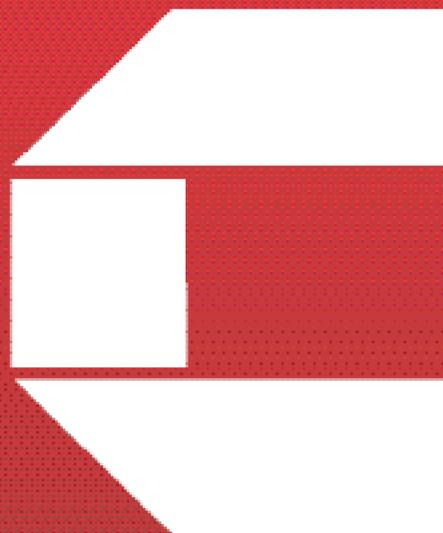
18.30 Cierre de salas.

19.00 Acreditación para Ceremonia de Premiación y cocktail.

20.00 Ceremonia de Premiación de El Ojo Classic Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública, El Tercer Ojo y El Ojo al Desempeño 2007.
Salón Pacífico A

22.00 Proyección de ganadores **Salón Atlántico B**

22.30 Fiesta de clausura. DJ Invitado: Rama.
Salón Pacífico B



CINECOLOR
ARGENTINA

LABORATORIOS / POSTPRODUCCION

CINECOLOR
POST

Humboldt 1440
Palermo. 4777-1660

José L. Cabrera: jjcabrera@cinicolor.com.ar
Marisa Murgler: mmurgler@cinicolor.com.ar

www.cinicolor.com.ar

CINECOLOR
Lab

San Lorenzo 2846
Olivos. 4794-6111

PARA HACER UN AVISO DE UN NUEVO AUTO,
UN NUEVO LIMPIADOR O UNA NUEVA HELADERA,
HAY QUE HACER UN AVISO.
PARA HACER UN AVISO DE UNA NUEVA AGENCIA,
HAY QUE HACER UNA NUEVA AGENCIA.

DRAFTFCB



UNA NUEVA AGENCIA, UN NUEVO MODELO.

LUNES



Lunes 19/11 | 9:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "OCHO CHARLAS AL PRECIO DE UNA".

MAXIMILIANO ANSELMO Y SEBASTIAN WILHELM

Socios fundadores y directores generales creativos de Santo Buenos Aires.

Son los responsables de una de las agencias más creativas de la Argentina en los últimos años.

Maximiliano Anselmo comenzó a trabajar a los 15 años en diseño de modas. A los 18 hacía reproducciones de pinturas. A los 20, trabajaba como diseñador gráfico. A los 23 comenzó en publicidad como director de arte *junior* en Grey. En 1992 ingresó como director de arte a López Rossi Nesci.

Sebastián Wilhelm se recibió de Técnico Superior en Publicidad en la UCES en 1992. Ese mismo año empezó a trabajar como redactor creativo en Puigbo Publicidad, luego pasó a Oscar Pintor y a comienzos de septiembre empezó oficialmente su carrera al ser contratado por Ramiro Agulla y Carlos Baccetti como redactor *junior* en Verdino. Un año y medio más tarde, lo llevaron con ellos para empezar Agulla & Baccetti. Anselmo y Wilhelm se conocieron antes de trabajar juntos.

Pero su verdadera relación se inició en febrero de 1995 cuando Maximiliano comenzó a trabajar en Agulla & Baccetti. Sebastián ya se encontraba ahí desde 1992.

A comienzos de 1997 fueron promovidos al cargo de directores creativos trabajando para marcas como Telecom, Renault, HSBC y Coca-Cola. Durante ese tiempo, A&B fue

considerada unánimemente como la agencia referente de creatividad de Iberoamérica.

En septiembre de 2001, los dos creativos debieron separarse. Wilhelm fue contratado por la agencia Mother de Londres y en 2003 por Wieden+Kennedy Amsterdam para trabajar en la campaña global de Nike. En cambio Anselmo no quiso dejar su país y fue nombrado director general creativo de Lowe A&B. En 2004 Wilhelm decidió regresar al país. Se reencontró con Anselmo y comenzaron a idear un proyecto que ya venían pensando desde hacía muchos años. Consideraron que era el momento justo y fundaron la agencia Santo.

Desde enero de 2005 Santo produce campañas para clientes como Coca-Cola Light, Coca-Cola, Lux, Arnet, Telecom, Navarro Correas y Clarín, y ha recibido numerosos reconocimientos de medios y festivales a nivel local e internacional.

En 2005 obtuvieron el Gran Ojo de Cine/TV en *El Ojo de Iberoamérica* por el comercial *Aplausos*, para Coca-Cola Light; y el año pasado fueron galardonados como los *Mejores Directores Creativos* de Iberoamérica en *El Ojo* 2006.



Lunes 19/11 | 12:00hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "TRES MIRADAS SOBRE LA IMAGEN Y LA COMUNICACION".

JUAN JOSE CAMPANELLA, PUCHO MENTASTI Y LUIS PUENZO

Directores de cine. Moderación por Axel Kuschevitzky (periodista especializado en cine).

Juan José Campanella. Su primer largometraje fue *El niño que gritó puta* en 1991, a la que le siguieron *Love walked in* en 1997 y *El mismo amor, la misma lluvia* en 1999. En 2001 rodó la famosa *El hijo de la novia*, que le valió una nominación al Oscar como Mejor Película en Lengua Extranjera. Su último *film* fue *Luna de Avellaneda*, estrenado en 2004. En 2006 estrenó la miniserie *Vientos de agua*.

Filmó numerosos proyectos para la televisión de Estados Unidos, incluyendo especiales para HBO, y episodios de *La ley y el orden*, *Dr. House* y *30 Rock*, entre otras.

Ha recibido numerosos reconocimientos, incluyendo Martín Fierros, premios en los festivales de Montreal, Valladolid, Havana y Gramado, y dos Emmys a Mejor Director.

Pucho Mentasti. Comenzó su carrera como director de arte de la agencia JWT Argentina, para pasar a partir de 1991 a dirigir el departamento de arte de la oficina de Lisboa, Portugal, de la red. A su regreso comenzó a filmar en las productoras Cinetauro y Flehner. En 1993 fundó La Brea, con la cual filmó el *videoclip* *Matador* para el grupo Los Fabulosos Cadillacs, que fue reconocido con el premio MTV al Mejor Video Latino de 1994.

Más tarde fundó la productora 2001, con la cual recibió los principales premios de la industria, incluyendo leones en el festival de Cannes, Clios y los premios a la *Mejor Productora* de Iberoamérica y al *Mejor Director* de Iberoamérica en el festival *El Ojo de Iberoamérica* 1998 y 1999. Vive entre Buenos Aires y Los Angeles filmando con Blue Productora y Believe Media Spots.

Luis Puenzo. Dirigió y produjo cientos de *spots* y dos largometrajes antes de recibir reconocimiento por *La Historia Oficial*. Este *film* fue premiado en varios festivales y recibió el Oscar a la Mejor Película en Lengua Extranjera.

Más tarde fue contratado como guionista del *film* *Griego Viejo*, el cual dirigió. Adaptó la novela *La Peste* de Albert Camus y la filmó en Buenos Aires. Escribió y dirigió *Algunos que vivieron*, un documental encargado por Steven Spielberg; y *La Puta y la Ballena*. El año pasado produjo *XXY*, ganadora del Grand Prix de la Semana de la Crítica en Cannes, dirigida por su hija Lucía Puenzo. Actualmente escribe el guión de *El Hormiguero*. Es presidente de Directores Argentinos Cinematográficos y fundador de la Academia de Cine.



Lunes 19/11 | 16:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "LOS DESAFÍOS Y EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD LATINA PARA LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS (PANEL DE DEBATE)".

EDDIE GONZALEZ, CEO de Young & Rubicam Latinoamérica y chairman y CEO de The Bravo Group; **LUCA LINDNER**, director general de McCann Worldgroup para América Latina y Caribe y CEO de McCann Erickson Brasil; **GUSTAVO MARTINEZ**, presidente de Ogilvy Latina Sur, miembro del comité ejecutivo de Ogilvy Latina y COO regional de Ogilvy; y **RICARDO MONTEIRO**, CEO de Euro RSCG Latinoamérica y Portugal.

Eddie González comenzó su carrera en 1982 en Young & Rubicam Puerto Rico. Desde entonces, se ha desempeñado para esa red en cuatro continentes incluyendo Europa, donde fue chairman y CEO de la oficina de Madrid y Asia. Asumió las funciones de CEO de Y&R para Latinoamérica, y bajo su liderazgo la red creció hasta ubicarse como la segunda mayor de la región. Recientemente, asumió también el cargo de *chairman* y CEO de The Bravo Group, la agencia hispana de Y&R.

Luca Lindner comenzó en París, en 1983 de la mano de TBWA. Posteriormente se convirtió en director general de TBWA en Roma y director de Servicio a Clientes de TBWA Italia. Siete años después fundó y fue CEO de Transatlantic/TBWA, que más tarde se fusionó con Conquest Italy. Estuvo al frente del grupo Alfa Romeo Worldwide, en la red Conquest & Red Cell en Europa, en Leo Burnett para Europa, Medio Oriente y África, y fue presidente del Centro de Coordinación Fiat. Llegó a McCann en agosto de 2004 como director regional para América Latina/Caribe.

Gustavo Martínez se desempeñó en Henkel Ibérica y Price Waterhouse. En 1992 entró en contacto con el mundo de la publicidad. Saatchi & Saatchi lo contrató para establecer Zenith Media. En 1994 formó parte del grupo McCann Erickson, donde se involucró en distintas áreas hasta llegar a ser en 1999 el máximo responsable de todo el Grupo de Comunicación en Barcelona. Llegó a Ogilvy a fines de 2000 como presidente de Ogilvy Argentina. En 2003 asumió la presidencia de Ogilvy Latina Sur y en 2006, el cargo de COO de Ogilvy en la región.

Ricardo Monteiro trabajó trece años en Unilever en varias posiciones tanto en España como Portugal. Luego fue CEO y socio de BBDO Lisboa, y pasó a formar parte de Euro RSCG en 1999. Reestructuró operaciones de la red en la región nórdica y desarrolló el negocio de la red en Europa. Asumió el cargo de CEO de Euro RSCG Latinoamérica en 2005.



Lunes 19/11 | 15:00hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "ENCENDER LA ENERGÍA DE LAS MARCAS".

JOHN GERZEMA
Director de *insights* global de Young & Rubicam.

Es uno de los primeros y más importantes planificadores estratégicos de la industria.

Cuenta con una gran trayectoria en Fallon Worldwide, una de las redes de agencias más aclamadas por su creatividad. Allí cooperó en la creación de la disciplina de planificación de cuentas (1992) y fue el principal arquitecto de la expansión global y estratégica de la red, cuando a mediados de los '90 triplicó su tamaño y fue nombrada Agencia del Año por Advertising Age (1996). En ese período contribuyó en la campaña de los famosos *films* de BMW que fueron tan innovadores que el festival de Cannes tuvo que fundar la categoría Titanium para premiarlos.

Su trabajo en Fallon incluyó seis años de viajes por Nueva York, Tokio, Londres, Singapur, Hong Kong y San Pablo, construyendo una cadena internacional de empresas enfocadas en la creatividad. Se unió a Young & Rubicam en 2004 y actualmente lidera la organización interna y las estrategias de las marcas de Young & Rubicam, incluyendo planificación de cuentas, investigación y el *Brand asset valuator* (la base de datos de marcas más grande del mundo).

MARTES



Martes 20/11 | 9:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "YO QUIERO HABLAR CON JUAN PEREZ".

RAUL CARDOS
Director creativo regional de DDB Latinoamérica y presidente de DDB México.

Su primera experiencia fue en 1990 en Leo Burnett, donde luego de convertirse en uno de los redactores más premiados del país fue promovido a director creativo. En 1996 ingresó a Ogilvy -donde ganó el primer león de México en Cannes en 25 años- y dos años después llegó a la empresa que lo cobija hasta hoy: DDB México. Desde allí, primero como director general creativo y a partir de 2003 como presidente, se ha destacado a tal punto que es hoy director creativo regional de DDB Latinoamérica y uno de los seis miembros del Board Creativo Mundial de la red. DDB México ha sido la Mejor Agencia del país en El Ojo Local cinco veces en seis años y es la única agencia en haber logrado el título de Agencia del Año en el Círculo de Oro de México por cinco años consecutivos (2001 a 2005). Sus clientes Volkswagen y Dormimundo, por su parte, han sido considerados Cliente del Año en el país. Cinco comerciales creados para éstos se encuentran entre los cien mejores comerciales del mundo según el Gunn Report de 2005.



Martes 20/11 | 10:45hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "FUEGO ARRASADOR: IDEAS QUE SE ESPARCEN Y VENDEN".



Martes 20/11 | 12:00hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "PUBLICIDAD RICH MEDIA: TENDENCIAS GLOBALES Y MEJORES PRACTICAS".



Martes 20/11 | 14:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "COMO LA CRISIS GLOBAL DEL MEDIO AMBIENTE ESTA INFLUENCIANDO EL LENGUAJE VISUAL".



Martes 20/11 | 15:50 hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "LA FUSION DE CREATIVIDAD Y RESPONSABILIDAD: EL NUEVO MODELO".

MARK TUTSSEL

Director creativo mundial de Leo Burnett.

Mark Tutssel es uno de los directores creativos más premiados del mundo y dirige el cambio de una mega red de 94 oficinas. Entre otros premios, ha conseguido un Grand Prix y 24 leones en el festival de Cannes.

Se consagró como director creativo ejecutivo de Leo Burnett Londres, ya que bajo su comando la agencia se convirtió en la número uno del Reino Unido y en la más premiada del mundo de 2001.

En 2002 fue convocado a Leo Burnett Estados Unidos como vicepresidente y *deputy chief creative officer* con el objetivo de hacer crecer el perfil creativo de esa oficina. En 2004, la agencia *rankeaba* en el número 17 en el listado de las agencias más premiadas del mundo (Gunn Report).

Gracias a su desempeño, en enero de 2005 fue nombrado *deputy chief officer* mundial de Leo Burnett, y se mantuvo en ese cargo hasta mayo de 2006, cuando se quedó con la dirección creativa mundial.

Sólo en el último año, Tutssel ha sido presidente del jurado de Andy Awards, presidente del jurado de televisión de Clio 2007, jurado de los World Press Awards organizados por Neil French y jurado de Titanium e Integrated en Cannes.

THATCHER PERKINS

Gerente de producto Rich Media de Microsoft Advertiser & Publisher Solutions.

Es un experto en publicidad y plataformas de publicidad *rich media*, aquella comunicación digital que incorpora audio y/o video, animaciones e interactividad con el usuario.

Se unió a Microsoft en 1998 desempeñando roles de operaciones y *planning* en la división de MSN. Poco después dejó la compañía para establecer una plataforma publicitaria y operaciones de soporte para Expedia.com.

Volvió a Microsoft para dirigir las operaciones y el *packaging* durante la unión de la empresa con la cadena de televisión NBC, que dio como resultado MSNBC.com

Por los últimos dos años ha gerenciado el programa global de publicidad *rich media* de Microsoft, definiendo la estrategia de esta disciplina para MSN/Windows Live.

Es parte del comité de *rich media* del Bureau de Publicidad en Internet de Estados Unidos (IAB), donde ayuda a definir los estándares de la industria.

Tiene un diploma en Antropología de la Universidad de Santa Clara. Está basado en la sede central de Microsoft de Redmond, Washington. Vive en la ciudad de Woodinville con su esposa, hija y leal labrador negro.

ANDREW SAUNDERS

Vicepresidente de imágenes, productos y servicios de Getty Images.

Andrew Saunders, guía la creación de imágenes que se usan en publicidad, diseño y editoriales. Para ello, este fotógrafo y creativo galés debe determinar qué temas dominarán la atención de la comunicación visual en los próximos años y establecer las directivas creativas para 60 directores de arte que se encuentran en oficinas de todo el mundo produciendo más de 500 tomas por año. Lo que él y su equipo realizan en la actualidad, la industria creativa estará 'usando' en sus trabajos dentro de los próximos años.

Saunders comenzó su carrera en Tony Stone Images en 1991, después de varios años estudiando arte y fotografía en la Universidad y cinco de trabajo en Londres como asistente y fotógrafo comercial. Pasó a Getty Images cuando ésta adquirió el banco de imágenes Tony Stone.

A lo largo de los años, ha participado en la evolución de los métodos para la producción fotográfica.

Durante su conferencia en *El Ojo de Iberoamérica* (su primera vez en Latinoamérica), Saunders se referirá a un tema caliente: el aumento de la conciencia ambiental a nivel mundial y el papel que ésta tendrá en la publicidad y la comunicación visual.

HOWARD DRAFT

Chairman y CEO de Draftfcb.

Pocas personas en el mundo llegan a ver su apellido convertido en una gigantesca marca a una edad en la que todavía tienen mucho por delante. **Howard Draft** es una de ellas.

Graduado del Ripon College en Filosofía e Historia del Arte, fue uno de los 13 fundadores de Draft. Esta pequeña agencia enfocada en *marketing* directo y de medición de resultados nació en Chicago en 1978 y creció hasta convertirse en una de las principales cadenas de servicios de *marketing* y comunicación del mundo. Con el enorme crecimiento de las actividades de *marketing* directo y promociones, Draft se convirtió en una de las empresas más prominentes del grupo Interpublic. Por ello, en enero de 2006 el grupo decidió fusionarla con la red FCB.

Así nació Draftfcb, una agencia de publicidad innovadora de 9000 empleados en 110 países que integra el *marketing* y la comunicación, y ofrece alta habilidad en el desarrollo de trabajo integrado. Draft ocupa el puesto de *chairman* y CEO de esta red, que en sólo un año y medio ya es una de las principales del mundo. ¿Lo más sorprendente? Draft tiene sólo 53 años. El 10º Aniversario de *El Ojo* recibe a esta mega-figura del escenario publicitario mundial, que se referirá a los cambios que se están dando en la industria.

MIÉRCOLES



Martes 20/11 | 17:10hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "POR QUE LAS AGENCIAS DEBERIAN EMPLEAR MAS PECES".



Miércoles 21/11 | 9:30 hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: LOS DESAFIOS Y OPORTUNIDADES DEL MARKETING MOVIL Y VIRAL



Miércoles 21/11 | 10:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "ME DUELE EL DEDO. INTERACTIVIDAD POST CLICK".



Miércoles 21/11 | 12:00hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "CREACION DE PLATAFORMAS DE CONTENIDO PARA MARCAS".

GUY MURPHY

Director de *planning* mundial de JWT.

El londinense **Guy Murphy** es un gran conocedor de los temas de efectividad y comunicación estratégica.

Inició su carrera en BMP en Londres, para luego pasar a BBH, donde permaneció 14 años cumpliendo roles estratégicos como director planificador regional para Asia, jefe de planificación para Europa, y *deputy chairman*. En ese último rol estuvo muy involucrado con el desarrollo de campañas de alta calidad para marcas internacionales como Audi, British Airways, Levi's y Sony.

En enero del 2007, Murphy se unió a JWT como director mundial de *planning*, donde tiene como función principal planificar y desarrollar estrategias para obtener resultados creativos en la nueva era de la comunicación. Para cumplir ese objetivo, trabaja junto a Bob Jeffrey y Craig Davis (conferencistas de *El Ojo* 2005 y 2006, respectivamente).

"Siento que la industria está debatiendo los temas erróneos: las agencias están discutiendo temas relacionados a la ejecución y no están dedicando el tiempo suficiente a las cosas más importantes de las marcas en el futuro, que son muy estratégicas y tienen que ver con su *gerenciamiento internacional*", asegura Murphy.

Su visita a *El Ojo* representa su primera vez en Latinoamérica.

ANDRE ZIMMERMANN Y MARTIN HAZAN

Director de operaciones de Media Contacts Brasil y Director regional creativo de MRM Latinoamérica.

André Zimmerman, formado en Administración de Empresas por la Fundación Armando Alvares Penteado de San Pablo (Brasil), tiene nueve años de experiencia en medios trabajando en agencias de publicidad y medios de Brasil y España. Empezó su trayecto profesional en el departamento de medios de TBWA Brasil (ex-Grottera) y en enero de 2000 ayudó a crear el departamento de medios *online* de la agencia. En 2001 ingresó a Media Contacts Brasil como planificador de medios. Luego fue director de cuentas en Media Contacts España y actualmente es director de operaciones de Media Contacts Brasil. La carrera de **Martín Hazan** comenzó en Wunderman Cato Johnson. Luego se desempeñó como director de contenidos en Smith Group Argentina y Webar Internet Solutions. Más tarde trabajó como director creativo en MRM Partners Argentina para asumir tiempo después la dirección general creativa de MRM Worldwide Latinoamérica. Por otra parte, entre 1989 y 1996 trabajó como periodista, creativo publicitario e investigador en *marketing*. A lo largo de su carrera recibió numerosos reconocimientos, entre ellos, finalistas en Cannes y el festival de Nueva York, además de premios en distintos festivales.

JOAKIM BORGSTROM

Director creativo interactivo de Wieden + Kennedy Amsterdam.

Nacido en Estocolmo, estudiante en Barcelona y hoy trabajando en Holanda, Joakim Borgström es el representante perfecto de esta era en la que las fronteras están cada vez más difusas y por ello cuenta con una visión global que pocos pueden conseguir. Durante diez años se desempeñó como director creativo y socio de DoubleYou en Barcelona, creando multipremiadas campañas para marcas como Nike, Audi, Diageo, Nestlé, Diesel, Electrolux, Yahoo!, SEAT y Coca-Cola.

Borgström se unió a Wieden+Kennedy Amsterdam en 2006 para encabezar el trabajo interactivo creando campañas para marcas globales. Los clientes con los que trabaja incluyen a Coca-Cola, Nike, Electronic Arts, Carlsberg, Procter & Gamble, Wyborowa Vodka y Sharp.

A lo largo de su carrera ha ganado más de 120 premios, incluyendo siete leones y un Grand Prix en Cannes, 14 lápices en One Show, dos Clio Awards, ocho premios en el festival de Nueva York y el Grand Prix 2004 y cinco oros en *El Ojo de Iberoamérica* (tres en 2004 y dos en 2006).

Ha sido jurado en más de quince festivales en todo el mundo y dio conferencias en los principales eventos de la industria.

ROGELIO JAUA

Vicepresidente de programación de SPE Networks.

Este ejecutivo cuenta con una experiencia de más de 20 años en los ámbitos de programación televisiva y entretenimiento. Comenzó su carrera en Bolívar Films como asistente de producción. Luego fue productor creativo de Empresas 1BC, *manager* de promociones y operaciones de Corpa Publicidad y en 1995 entró a la cadena Radio Caracas Televisión, donde permaneció doce años pasando por varias áreas hasta llegar a vicepresidente de programación de variedades y deportes. El último agosto se unió a SPE Networks Latin America como vicepresidente de producción.

Comunicador social egresado de la Universidad Católica Andrés Bello, fue productor ejecutivo de exitosos programas de televisión, tanto de formatos locales como adaptando formatos internacionales reconocidos como *¿Quién quiere ser millonario?*, entre otros. Además, produjo eventos como *Unamos al mundo*, la ceremonia de premiación *2 de oro* y el festival Caracas Pop de 2001 y 2002.

Jaua llega a *El Ojo* 2007 para compartir su conocimiento sobre entretenimiento, nuevos formatos televisivos y el lenguaje audiovisual en una conferencia sobre creación de plataformas de contenidos para marcas.



Miércoles 21/11 | 15:00 hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "TENDIENDO UN PUENTE ENTRE LA BRECHA CLIENTE-AGENCIA."

ESTHER LEE

CEO para Norteamérica de Euro RSCG y presidente de marcas globales.

Comenzó su carrera en puestos de servicios al cliente en las oficinas de Nueva York de JWT y DMB&B, donde trabajó con marcas como Procter & Gamble, Nestlé, Citibank, CNN e IKEA. En 1993 se unió a Deutsch, donde se destacó trabajando como directora de servicios al cliente y conoció a quien sería su futuro socio: Greg DiNoto. Con éste fundó en 1997 una boutique en la ciudad de Nueva York llamada DiNoto Lee, a la que convirtieron en una agencia de 114 millones de dólares en sólo cuatro años. La próxima experiencia fue la que la convertiría en una estrella de renombre internacional: en 2002 se incorporó a Coca-Cola como vicepresidente *senior* y *chairman* del equipo creativo. Desde allí dirigió durante cinco años el desarrollo de varias campañas publicitarias globales que revolucionaron la imagen de la bebida más famosa del mundo. Entre ellas, lanzó junto a la agencia Weiden + Kennedy *The Coke side of Life*, una de las más notables y aclamadas campañas de la gaseosa en años. Ingresó a Euro RSCG como CEO para Norteamérica y presidente de marcas globales a principios de 2007, donde se encarga de controlar las 23 agencias de Euro RSCG, los 3,000 empleados de Norte América, y de liderar 42 clientes globales.



Miércoles 21/11 | 16:30hs. | Salón Pacífico A

CONFERENCIA: "NO NECESITAS MUCHO, SOLO NECESITAS UNA IDEA."

THAM KHAI MENG

Co-chairman de Ogilvy Asia Pacífico.

El co-chairman y director general creativo de Ogilvy Asia Pacífico es una verdadera leyenda de la publicidad asiática, cuyos más de 20 años de trayectoria trabajando en Londres, Nueva York y Asia, le dieron una perfecta sintonía para entender las interrelaciones entre los mundos occidental y oriental. Además de contar con una vastísima colección de premios que llevaron a Ogilvy Singapur a ser la agencia asiática más premiada en la última edición del festival de Cannes, Khai cuenta con una larga experiencia de trabajo junto al Ministerio de Información, Artes y Comunicación de su país natal, Singapur, junto al que este creativo se encuentra pensando la imagen de una nación. Amigo y discípulo del célebre publicitario inglés Neil French (conferencista de *El Ojo de Iberoamérica 2004*), Khai fue nombrado "*Director Creativo Número Uno*" por Campaign Brief Asia y "*Una de las personas más influyentes en el negocio de las comunicaciones*" por AdAge. Pero todos esos logros no terminan de delinear el prestigio del que goza este publicitario, y es por eso que fue invitado a formar parte del ciclo de conferencias de *El Ojo* de este año. Amante de las ideas que vienen de la calle, su conferencia se titula *No necesitas mucho, sólo necesitas una idea*.





Sergio Valente



Juan Carlos Gomez de la Torre



Ruy Lindenberg



Leandro Raposo



Nizan Guanaes



Andy Fogwill



Miguel García Vizcaino



Pablo Del Campo

LatinSpots

AGRADECE A TODOS LOS QUE HICIERON, HACEN Y HARAN QUE LA PUBLICIDAD IBEROAMERICANA ESTE DONDE TIENE QUE ESTAR.



Rafa Antón



Carlos Baccetti



Seba Wilhelm



Raúl Cardós



José Mollá



Marcello Serpa



Hernán Ponce



Toni Segarra



Juan Carlos Ortiz



Fabio Fernández

16 DÍAS DE ENTRETENIMIENTO
 AREA TECNOLÓGICA / HI HI / BUEYBOTH
 PISCINA EXCLUSIVA
 ZONA RELAX / MASSAGE
 AMERICAN & MEDITERRANEAN FOOD
 POCOSO BAR
 ESTERMINIO OUTDOOR / MASS AREA
 SHOW DE ARTISTAS
 NACIONALES E INTERNACIONALES
 TRANSMISIONES EN YVC

arenabeach

UNA PLAYA. TODO EL VERANO.

2.0

RUTA 11, ROTONDA EL FARO, MAR DEL PLATA
WWW.ARENABEACH.COM.AR

JURADOS EL OJO DE IBEROAMERICA 2007

Siguiendo las sugerencias de jurados y participantes luego de cada edición, este año *El Ojo de Iberoamérica* implementó una reestructuración en el sistema de jurados de El Ojo Classic. En lugar de que un jurado analice Cine/TV, Gráfica, Radio y Vía Pública, se determinaron tres grupos de jurados: dos de 40 miembros y uno de 20 para Radio y Vía Pública. Los premios El Ojo Interactivo, El Ojo Innovador, El Ojo Directo, El Ojo Promo, El Ojo Contenido y El Tercer Ojo serán entregados como siempre por profesionales especializados en esas áreas. A continuación, el listado completo de jurados de El Ojo de Iberoamérica 2007.

EL OJO CLASSIC

Cine/TV

Leandro Alvarez, presidente y director creativo de TBWA/EPG (Portugal).
Sebastián Alvarez, director general creativo de Leo Burnett Guatemala.
Pablo Alvarez Travieso, director general creativo de JWT Argentina.
Rafa Antón, director creativo ejecutivo de Vitruvio Leo Burnett (España).
Walter Aregger, director general creativo de Vegaalmosponce (Argentina).
Alvaro Becker, director creativo de Prolam Young & Rubicam (Chile).
Rafael Barthaburu, vicepresidente creativo de Young & Rubicam Colombia.
Carlos Tachinta Lena Betancourt, director general creativo de Punto Ogilvy (Uruguay).
Pedro Bexiga, director creativo de Fuel Lisboa (Portugal).
Fernando Campos, director creativo de Santa Clara (Brasil).
Salvador Cappello, socio y director general creativo de La Cancha (Venezuela).
Santiago Chaumont, vicepresidente creativo de Z Publicidad (México).
Mauricio Cuevas, director general creativo de Norlop JWT Quito (Ecuador).
Adriana Cury, presidente y directora creativa ejecutiva de McCann Erickson Brasil.

Leo Farfán, director general creativo de JWT Chile.
Atila Francucci, socio y presidente de Familia (Brasil).
Juan Carlos Gómez de la Torre, presidente y director general creativo de Leo Burnett Perú.
Nicolás Hollander, director general creativo de Young & Rubicam España.
Claudio Invernizzi, presidente y director general creativo de IN Uruguay.
Celso Loducca, presidente de Loducca (Brasil).
Antonio López, SVP y director creativo ejecutivo de Conill Advertising (Estados Unidos).
Santiago Lucero, redactor de Madre (Argentina).
Martín Mercado, socio y director general creativo de La Negra (Argentina).
José Mollá, socio fundador, presidente y director general creativo de la comunidad Miami (Estados Unidos).
José Pepe Montalvo, vicepresidente y director de servicios creativos de Leo Burnett México.
Ana María Olabuenaga, presidente de Olabuenaga Chemistri (México).
Daniel Oliveira, director general creativo de Ars DDB (Venezuela).
Jorge Oller, chief executive officer de Tribu/Nazca S&S (Costa Rica).

Pablo Poncini, presidente de Drafftcb Argentina.
Aldo Quevedo, presidente de Dieste Harmel & Partners (Estados Unidos).
José Razuri, director general creativo de Mayo Drafftcb (Perú).
Juan Carlos Rodríguez, director creativo ejecutivo de Badillo Nazca S&S (Puerto Rico).
Jader Rossetto, vicepresidente de creación de Euro RSCG Brasil.
Calú Sarroca, directora creativa nacional de Rivas Herrera Young & Rubicam (Ecuador).
José Miguel Sokoloff, vicepresidente creativo de Lowe Colombia.
Sebastián Stagno, director general creativo de Publicis Graffiti (Argentina).
Favio Ucedo, principal y director general creativo de Grupo Gallegos (Estados Unidos).
Andrés Upegui, director de planeación estratégica de DDB Medellín (Colombia).
Guillermo Vega, director general creativo de Young & Rubicam Argentina.
Marcelo Vergara, director general creativo de Publicis Lado C (España).

Gráfica

César Agost Carreño, director creativo regional de Ogilvy Latina y vicepresidente

creativo de Ogilvy & Mather Chile.

Rodrigo Almeida, director creativo de Almap BBDO (Brasil).

Yuri Alvarado, vicepresidente ejecutivo y creativo corp. de Drafftcb México.

Sydney Araujo, director creativo de Giovanni Drafftcb (Brasil).

Edson Athayde, vicepresidente creativo de Ogilvy & Mather Portugal.

Juan Barahona, director general creativo de Euro RSCG Chile.

Alejandro Barrera, director creativo de JWT Colombia.

Christian Caldwell, director general creativo de JWT Costa Rica.

Eduardo Capuano, director general creativo de Publicis Venezuela.

Raúl Cardós, director creativo regional de DDB Latinoamérica y presidente de DDB México.

Hugo Corredor, director general creativo de Sancho BBDO (Colombia).

Rodrigo Dávila, vicepresidente creativo de Leo Burnett Colombia.

Mauricio Fernández Maldonado, director creativo de McCann Erickson Perú.

Fernando Galindo, director creativo de Contrapunto BBDO (España).

Mauricio Galván, managing partner y director creativo ejecutivo de The Vidal Partnership (Estados Unidos).

Víctor García, director general creativo de BBDO Guatemala.

Leopoldo Gardea, vicepresidente creativo de Grupo Vale Euro RSCG (México).

Javier Graña, director creativo de JWT Perú.

Ruy Lindenberg, vicepresidente de creación de Leo Burnett Brasil.

Fausto Maruri, gerente general de Maruri Grey (Ecuador).

Silvio Matos, presidente y director general creativo de Matos Grey (Brasil).

Eugenio Mohallem, presidente y director de creación de Fallon Brasil.

Mónica Moro, directora general creativa de McCann Erickson Madrid (España).

Seto Olivieri, director general creativo de Leo Burnett Argentina.

Andrés Ordóñez, vicepresidente y director creativo de Zubi Advertising (Estados Unidos).

Carlos Pérez, presidente de BBDO Argentina y presidente del Círculo de Creativos Argentinos.

Federico Petersen, director creativo de Drafftcb Ecuador.

Gustavo Reyes, director general creativo de Euro RSCG Bueno Aires (Argentina).

José Luis Rivera y Pierola, director creativo de Leo Burnett Puerto Rico.

Fernando Riveros, head of art de BBDO Chile.

Exequiel Rodríguez, director general creativo de JWT Venezuela.

Gabriel Román, presidente y director general creativo de Ginkgo Lowe (Uruguay).

Jaime Rosado, vicepresidente regional y director general creativo de JWT Puerto Rico.

Carlos Rusconi, vicepresidente creativo de Drafftcb Venezuela.

Mariano Serkin, director general creativo de Del Campo Nazca S&S (Argentina).

Ricky Soler, vicepresidente y director creativo ejecutivo de Drafftcb Puerto Rico.

Manuel Techera, vicepresidente creativo de JWT México.

Sergio Valente, presidente de DM9 DDB (Brasil).

Ignacio Vallejo, director general creativo de Young & Rubicam Uruguay.

Oriol Villar, director general creativo de Villarrosés (España).

Radio y Vía Pública

Fabián Bonelli, vicepresidente creativo de Leo Burnett Venezuela.

Rodolfo Borrell, director general creativo de Pagés BBDO (República Dominicana).

Marco Caballero, director general creativo de Lowe Perú.

José Carlos Campos, director general creativo de Strat (Portugal).

Flavio Casarotti, vicepresidente de creación de Fischer América Brasil.

Chavo D'Emilio, director general creativo de McCann Erickson Argentina.

Samuel Estrada, vicepresidente creativo de McCann Erickson Colombia.

John Raúl Forero, vicepresidente creativo de Ogilvy & Mather Colombia.

Sergio Gamboa, director creativo estratégico de 180 grados (Chile).

Juan Miguel Herrera, director general creativo de Euro RSCG Viceversa (Uruguay).

Guilherme Jahara, vicepresidente creativo de Publicis Brasil.

Hernán Jáuregui, director general creativo de DDB Argentina.

Carl Jones, vicepresidente director general creativo de Young & Rubicam México.

Damián Kepel, socio fundador, presidente y director general creativo de Kepel & Mata (Argentina).

Edwin Pinky Mon, director general creativo de P4 Ogilvy & Mather (Panamá).

Diego Perdomo, director general creativo de McCann Erickson (Ecuador).

Miguel Angel Ruíz Reyes, director general creativo de Ogilvy & Mather México.

Tony Sarroca, chief creative officer de The Bravo Group (Estados Unidos).

Germán Silva, vicepresidente ejecutivo y chief creative officer de Euro RSCG España.

Sylvia Soler, directora general creativa de Young & Rubicam Puerto Rico.

EL OJO INTERACTIVO

Suzana Apelbaum, socia y directora creativa de Hello Brasil.

Gustavo Buchbinder, presidente de Webar (Argentina).

Miguel Calderón, director asociado de W/México.

Jorge Calleja, de Wieden + Kennedy Amsterdam.

Jorge Coelho, director creativo de OgilvyOne Worldwide Lisboa (Portugal).

Luis Renato Constantino, creative manager de Media Contacts (Brasil).

Mariano Dorfman, socio y director general creativo de Icolic (Argentina).

Xavier Grant, presidente de Xaga (Argentina).

Camilo Iturra, CEO de Wikot (Venezuela).

Sergio Mugnaini, director creativo de Almap BBDO (Brasil).

Marina Raimondi, trade marketing manager de Microsoft (Argentina).

Hugo Rodrigues, director creativo de Salles Chemistri (Brasil).

Mario Sánchez del Real, director creativo de Netthink (España).

Daniel Solana, de Doubleyou (España).

Alejandro Tafur, director creativo de G2 (Colombia).

EL OJO INNOVADOR

Pablo Abadie, director de 361/BBDO Argentina.

Fernando Rosario Aponte, director creativo de Arteaga & Arteaga (Puerto Rico).

José Pepe Beker, presidente de Euro RSCG Beker (México).

Mauricio Blanco, director creativo de B6 Entertainment (Chile).

Mónica Deza, CEO de Universal McCann España.

Alberto Gost Sierra, CEO de Starcom MediaVest Group Iberia (España).

Camilo Guanes, presidente de Oniria (Paraguay).

Guga Ketzer, director general creativo de Loduca (Brasil).

Vitor Knjnik, vicepresidente de creación de Dez Brasil.

Mauricio Sabogal, CEO de Omnicom Media Group Latin America.

Mario Taglioretti, director general creativo de Publicis Impetu (Uruguay).

Luiz Tastaldi, chief creative officer de 141 Soho Square (Brasil).

Tony Weissmann, director creativo de Euro RSCG Argentina.

Harold Zea, gerente general de Harold Zea & Asociados (Colombia).

EL OJO DIRECTO

Javier Arcos, director creativo de Ogilvy One España.

Toni Bortolotti, de ARC/Leo Burnett (Br).

Alejandro Di Paola, presidente de Di Paola & Asociados WPP (Argentina).

Arturo Huerta Olivares, presidente de Directa (México).

Alberto Pastor (Ramis), director general de CP Proximity (España).

Roberto Patxot, director regional creativo de Ogilvy One Latina y de Ogilvy One Argentina.

Carlos Porras, director general de Rapp Collins México.

Santiago Puiggari, presidente & CEO de Grey Chile.

Fernando Saettone, presidente y director general creativo de Casa Tomada (Perú).

Flavio Salles, socio presidente de Sun/MRM Worldwide (Brasil).

Mary Teahan, CEO de CP Proximity y presidenta de ALMADI e International Federation

of MD Associations, Argentina.

EL OJO PROMO

Tahiana Adrián, on air & marketing director de HBO Latam (Venezuela).

Laura Blois, presidente de Go (Uruguay).

Marco Antonio Fernandes, director creativo de Marketing Store (Brasil).

César García, de Bob Comunicación (Esp).

Karina Israel, advertising head of division de Ydreams Advertising (Portugal).

Diego Lazcano, director creativo de Young & Rubicam Uruguay.

Juan Manuel Maresca, director regional de Glue/JWT Argentina.

Mentor Muñoz Neto, vicepresidente ejecutivo de creación de Bullet (Brasil).

Salvador Noriega, director creativo de Drafftcb México.

Peta Rivero y Hornos, presidente y director general creativo BTL de CraveroLanis.

EL OJO CONTENIDO

Pablo Buffagni, vicepresidente director creativo de Conill (Estados Unidos).

Ricardo Cie, socio y director de contenidos de Be Bossa Nova (México).

Leandro Gómez, presidente y director general creativo de Corporación/JWT (Uruguay).

Rogelio Jaua, vicepresidente de producción de SPE Networks Latin America (Venezuela).

Tomás Lorente, director general creativo de Young & Rubicam Brasil.

Rosanna Manfredi, presidente de Encuadre (Argentina).

Gonzalo Vidal Meyrelles, director de 360 de Vegaalmosponce (Argentina).

Héctor Prado, director general creativo de FireFly (Estados Unidos).

José María Pujol, presidente de The

NETWORK DEL AÑO SEGUN CAMPAIGN Y ADVERTISING AGE. ¿QUE PODEMOS AGREGAR?.



Farm (España).

Alvar Suñol, director general creativo de Bassat Ogilvy Madrid (España).

João Daniel Tikhomiroff, presidente y director de Jodaf Mixer (Brasil).

EL TERCER OJO

Este año el premio a la mejor idea del festival vuelve a ser entregado por diez profesionales que se han destacado por realizar un trabajo diferenciado en la región.

Pablo Buffagni, vicepresidente director creativo de Conill (Estados Unidos).

Rodrigo Figueroa Reyes, presidente y director regional de contenidos de FiRe Advertainment (Argentina).

Sergio Gordilho, socio y director creativo de Africa (Brasil).

Joaquín Mollá, socio fundador y director general creativo de la comunidad (Argentina).

Juan Nonzioli, fundador y director general creativo de Shackleton (España).

Juan Carlos Ortiz, co-presidente de Leo Burnett (Estados Unidos).

Leandro Raposo, director general creativo de El Hotel JWT (Argentina).

Alvar Suñol, director general creativo de Bassat Ogilvy Madrid (España).

Fernando Vega Olmos, director general creativo worldwide de Vegaolmospoce/LoLa (España).

Adilson Xavier, presidente y director nacional de creación de Giovanni+Draftfcb (Brasil).

PREMIO LATINSPOTS/CINECOLOR A LA MEJOR POSTPRODUCCION

Soledad Bottaro, productora de Pioneer Productions (Argentina).

Adrián D'Amario, productor de Filmic (Argentina).

Rodrigo García Saiz, director de Central Films (México).

Charly Gutiérrez, director de Milagrito Films (Uruguay).

Hernán Jabes, director de Factor RH Producciones (Venezuela).

Javier Julia, director de fotografía (Argentina).

Carlos Manga Jr., director de República Films (Brasil).

Toniko Melo, director de O2 Filmes (Brasil).

Nicolás Pérez Veiga, director de Awards Cine (Argentina).

Guillermo Pilosio, productor de Bus España.

Pepe Puenzo, director de Puenzo Hnos. (Argentina).

Alejandro Santángelo, editor de Círculo Edit (Estados Unidos).

Alberto Lopes, director de Vetor Zero, Brasil.

PREMIO GETTY IMAGES AL MEJOR USO DE FOTOGRAFIA EN UNA GRAFICA

Andrew Saunders, vicepresidente de Imágenes Creativas de Getty Images.

Leandro Castilho, director creativo de Matos Grey (Brasil).

Alexandre Ravagnani, director creativo de Wunderman Y&R (Brasil).

Javier Julia, director de fotografía (Argentina).

Charlie Mainardi, fotógrafo (Argentina).

Fabián Laghi, fotógrafo de Mondo Photo (Argentina).

PREMIO ESPECIAL A LAS MEJORES POSTALES

Peta Rivero y Hornos, presidente y director general creativo BTL de Craverolanis.

Roberto Patxot, director regional creativo de OgilvyOne (Argentina).

Toni Bortolotti, director creativo de ARC/Leo Burnett (Brasil).

Santiago Puiggari, presidente & CEO de Grey Chile.

César García, director creativo de Bob (España).

Javier Arcos, director creativo de Ogilvy One (España).

Salvador Noriega, director creativo de Draftfcb México.

Fernando Saettone, presidente y director general creativo de Casa Tomada (Perú).

Laura Blois, presidente de Go (Uruguay).

Diego Lazcano, director creativo de Young & Rubicam (Uruguay).

NUEVOS TALENTOS

Javier Lourenco, director creativo de Amauta/Lab (Argentina).

Juan Cruz Keller, director creativo de DraftFCB (Argentina).

Iñaki González del Solar, director creativo de Craverolanis (Argentina).

Fabiana Renault, directora de la escuela (Argentina).

Daniel da Hora, profesor MsC. De Facultades Integradas Barros Melo (Brasil).

Emmanuel Publio Dias, director de marketing de ESPM/Sao Paulo (Brasil).

Jaime Atria, director de La Carrera de Uniac (Chile).

Enrique Rojas, decano de la facultad Casa Grande (Ecuador).

Sebastián Archedera, socio y director general creativo de Archedera Claverol/el semillero (México).

José Arce, director general creativo de underground (México).

JURADOS EL OJO LOCAL

Reconociendo los diferentes desarrollos publicitarios de los países y a modo de estimular la producción creativa en todos ellos, *El Ojo de Iberoamérica* entrega *El Ojo Local*. Este premio reconoce a las mejores piezas y a los mejores profesionales de cada país/sub-zona. Este premio es entregado por un jurado compuesto por diez profesionales de cada país-zona (dieciseis en el caso de los países con mayores inscripciones).

ARGENTINA

Pablo Alvarez Travieso, director general creativo de JWT Argentina.

Walter Aregger, director general creativo de Vegaolmospoce.

Chavo D'Emilio, director general creativo de McCann Erickson Argentina.

Pablo Gil, director general creativo de Grey Argentina.

Hernán Jáuregui, director general creativo de DDB Argentina.

Damián Kepel, socio fundador, presidente y director general creativo de Kepel & Mata.

Santiago Lucero, redactor de Madre.

Martín Mercado, socio y director general creativo de La Negra.

Seto Olivieri, director general creativo de Leo Burnett Argentina.

Carlos Pérez, presidente de BBDO Argentina y presidente del Círculo de Creativos Argentinos.

Pablo Poncini, presidente de Draftfcb Argentina.

Gustavo Reyes, director general creativo de Euro RSCG Buenos Aires.

Mariano Serkin, director general creativo de Del Campo Nazca S&S.

Sebastián Stagno, director general creativo de Publicis Graffiti.

Gustavo Taretto.

Germán Yunes, CEO de Yunes SMA.

BRASIL

Rodrigo Almeida, director creativo de Almap BBDO.

Sydney Araujo, director creativo de Giovanni Draftfcb.

Fernando Campos, director creativo de Santa Clara.

Flavio Casarotti, vicepresidente de creación de Fischer America.

Renato Cavalher, director creativo de Opus Multipla.

Adriana Cury, presidente y directora creativa ejecutiva de McCann Erickson Brasil.

Paschoal Fabra Neto, socio-director general de creación de Fabra Quintero.

Atila Francucci, socio y presidente de Família.

Guilherme Jahara, vicepresidente creativo de Publicis Brasil.

Andre Lima, director creativo de NBS.

Ruy Lindenberg, vicepresidente de creación de Leo Burnett Brasil.

Celso Loducca, presidente de Loducca.

Silvio Matos, presidente y director general creativo de Matos Grey.

Sergio Valente, presidente de DM9 DDB.

Eugenio Mohallem, presidente y director de creación de Fallon.

Jader Rossetto, vicepresidente de creación de Euro RSCG Brasil.

Toniko Melo, director de O2 Filmes.

CENTROAMERICA Y CARIBE

Sebastián Alvarez, director general creativo de Leo Burnett Guatemala.

Bernard Arce, director creativo asociado de McCann Erickson Costa Rica.

Rodolfo Borrell, director general creativo de Pagés BBDO (República Dominicana).

Christian Caldwell, director general creativo de JWT Costa Rica.

Victor García, director general creativo de BBDO Guatemala.

Manuel Madrid, presidente y gerente general de El Taier Guatemala.

Juan Jesús Martínez Bernaldez, chief creative officer de Publicidad Comercial Lowe (Honduras).

Edwin Pinky Mon, director general creativo de P4 Ogilvy & Mather (Panamá).

Jorge Oller, chief executive officer de Tribu/Nazca S&S (Costa Rica).

Aviú Polanco, director creativo regional de JWT Guatemala.

CHILE

César Agost Carreño, director creativo regional de Ogilvy Latina y vicepresidente creativo de Ogilvy & Mather Chile.

Sebastián Arteaga, socio y director general creativo de Leche2 Lowe.

Juan Barahona, director general creativo de Euro RSCG Chile.

Alvaro Becker, director creativo de Prolam Young & Rubicam.

Leo Farfán, director general creativo de JWT Chile.

Sergio Gamboa, director creativo estratégico de 180 Grados.

Rodrigo Gómez, director general creativo de Drafftcb IDB.

Pancho González, director general creativo de Unitas.

Christian Quintana, director general creativo de Publicis.

Fernando Riveros, head of art de BBDO Chile.

COLOMBIA

Diego Aguayo, presidente de Aguayo Publicidad.

Alejandro Barrera, director creativo de JWT Colombia.

Rafael Barthaburu, vicepresidente creativo de Young & Rubicam Colombia.

Hugo Corredor, director general creativo de Sancho BBDO.

Rodrigo Dávila, vicepresidente creativo de Leo Burnett Colombia.

Samuel Estrada, vicepresidente creativo de McCann Erickson Colombia.

John Raúl Forero, vicepresidente creativo de Ogilvy & Mather Colombia.

Daniel Pérez Pallares, director general creativo de Drafftcb Colombia.

José Miguel Sokoloff, vicepresidente creativo de Lowe Colombia.

Andrés Upegui, director de planeación estratégica de DDB Medellín (Colombia).

ESPAÑA

Carlos Alija, director creativo de Sra. Rushmore.

Rafa Antón, director creativo ejecutivo de Vitruvio Leo Burnett.

Fernando Galindo, director creativo de Contrapunto BBDO.

Nicolás Hollander, director general creativo de Young & Rubicam España.

Jorge López Ghisoli, director creativo ejecutivo de Lola.

Alex Martínez, director creativo ejecutivo de JWT Barcelona.

Mónica Moro, directora general creativa de McCann Erickson Madrid.

Germán Silva, vicepresidente ejecutivo y chief creative officer de Euro RSCG España.

Marcelo Vergara, director general creativo de Publicis Lado C.

Oriol Villar, director general creativo de Villarrosàs.

ESTADOS UNIDOS (HISPANO)

Gustavo Asman, chief creative officer de Wing Latino.

Eduardo Bottger, presidente y director creativo ejecutivo de Al Punto.

Mauricio Galván, managing partner y director creativo ejecutivo de The Vidal Partnership.

Antonio López, SVP y director creativo ejecutivo de Conill Advertising.

José Mollá, socio fundador, presidente y director general creativo de la comunidad Miami.

Andrés Ordóñez, vicepresidente y director creativo de Zubi Advertising.

Aldo Quevedo, presidente de Dieste Harmel & Partners.

Tony Sarroca, chief creative officer de The Bravo Group.

Favio Ucedo, principal y director general creativo de Grupo Gallegos.

Victor Zeiris, director creativo de Euro RSCG Latino.

MEXICO

Yuri Alvarado, vicepresidente ejecutivo y creativo corp. de Drafftcb México.

Raúl Cardós, director creativo regional de DDB Latinoamérica y presidente de DDB México.

Santiago Chaumont, vicepresidente creativo de Z Publicidad.

Leopoldo Gardea, vicepresidente creativo de Grupo Vale Euro RSCG.

Carl Jones, vicepresidente director general creativo de Young & Rubicam México.

José Pepe Montalvo, vicepresidente y director de servicios creativos de Leo Burnett México.

Ana María Olabuenaga, presidente de Olabuenaga Chemistri.

Flavio Pantigoso, director creativo de Lowe México.

Miguel Angel Ruiz Reyes, director general creativo de Ogilvy & Mather México.

Manuel Techera, VP creativo de JWT.

PERU

Marco Caballero, director general creativo de Lowe Perú.

Aldo Canchaya, director creativo general de Ogilvy & Mather Perú.

César De María, director general creativo de Publicis Perú.

Mauricio Fernández Maldonado, director creativo de McCann Erickson Perú.

Oscar García, director general creativo de Quórum Nazca S&S.

Juan Carlos Gómez de la Torre, presidente y director general creativo de Leo Burnett Perú.

Javier Graña, director creativo de JWT Perú.

MCCANN ERICKSON
• • • • •

Alvaro Naddeo, director creativo asociado de Pragma DDB Perú.

José Razuri, director general creativo de Mayo Drafftcb.

Eduardo Wichtel, presidente de Garwich BBDO.

PORTUGAL

Leandro Alvarez, presidente y director creativo de TBWA/EPG.

Edson Athayde, vicepresidente creativo de Ogilvy & Mather Portugal.

Pedro Bexiga, director creativo de Fuel Lisboa.

José Carlos Campos, director general creativo de Strat.

Pedro Ferreira, director general creativo de Young & Rubicam Portugal.

Paulo Monteiro, chief creative officer de Publicis Portugal.

Jaime Mourao Ferreira, presidente y director creativo de W/Portugal Publicidade.

Jerónimo Nuno, director creativo de BBDO Portugal.

Horacio Puebla, director general creativo de Leo Burnett Publicidade.

Cristiano Zancuoghi, director creativo ejecutivo de Grey Home.

PUERTO RICO

Alejandro Aguilera, director creativo de Grey Puerto Rico.

Lili Madera, directora general creativa de ERC.

Adriana Miranda, directora general creativa de De La Cruz & Asoc.

Enrique Renta, vicepresidente de creación de Eje Sociedad Publicitaria.

José Luis Rivera y Pierola, director creativo de Leo Burnett Puerto Rico.

Juan Carlos Rodríguez, director creativo ejecutivo de Badillo Nazca S&S.

Jaime Rosado, vicepresidente regional y director general creativo de JWT Puerto Rico.

Rafael Sepúlveda, vicepresidente y director creativo de BBDO Puerto Rico.

Ricky Soler, vicepresidente y director creativo ejecutivo de Drafftcb Puerto Rico.

Sylvia Soler, directora general creativa de Young & Rubicam Puerto Rico.

REGION SUR

Germán Andrade, director general creativo de La Facultad Leo Burnett (Ecuador).

Mauricio Cuevas, director general creativo de Norlop JWT Quito (Ecuador).

Germán Garrido, director general creativo de Veritas DDB (Ecuador).

Ignacio Gómez, presidente de Garwich BBDO (Ecuador).

Juan Manuel Koenig Dupont, vicepresidente creativo de Koenig & Partners (Ecuador).

Fausto Maruri, gerente general de Maruri Grey (Ecuador).

Diego Perdomo, director general creativo de McCann Erickson (Ecuador).

Federico Petersen, director creativo de Drafftcb Ecuador.

Hugo Salerno, director de planificación estratégica de Biedermann (Paraguay).

Calú Sarroca, directora creativa nacional de Rivas Herrera Young & Rubicam (Ecuador).

URUGUAY

Esteban Barreiro, director general creativo de Publicis Impetu.

Tachinta Lena Betancourt, director general creativo de Punto Ogilvy.

Karina Carcacia, directora general creativa de Sr. Miyagui.

Juan Miguel Herrera, director general creativo de Euro RSCG Viceversa.

Claudio Invernizzi, presidente y director general creativo de IN.

Rafa Ordóñez, director general creativo y socio co-fundador de El Club.

Gabriel Román, presidente y director general creativo de Gingko Lowe.

Martín Sica, director creativo de EFPZ/Drafftcb.

Pablo Sorondo, director creativo de Avisa.

Pipe Stein, director de Notable.

VENEZUELA

Fabián Bonelli, vicepresidente creativo de Leo Burnett Venezuela.

Salvador Cappiello, socio y director general creativo de La Cancha.

Eduardo Capuano, director general creativo de Publicis Venezuela.

Juan Delgado, director creativo de BBDO Venezuela.

Ivo De Biaggi, vicepresidente creativo de Concept Lowe.

Roberto Fonfría, presidente fundador y director general creativo de El Autobús.

Exequiel Rodríguez, director general creativo de JWT Venezuela.

Florencio Ros, socio y vicepresidente creativo de G35 Publicidad.

Carlos Rusconi, vicepresidente creativo de Drafftcb Venezuela.

Daniel Oliveira, director general creativo de Ars DDB.

El medio que eligen
para comunicarse
los que hacen publicidad
y los que ven propagandas.

Microsoft

Somos lo primero que utiliza un usuario de internet cuando se conecta. Llegá a tu público objetivo a través de una variada gama de canales y dispositivos digitales. Visita <http://publicidad.latam.msn.com>

 **msn** Contenidos
ar.msn.com noticias, información, herramientas y otros servicios

 **Windows Live Messenger**
4 mil millones de minutos chatados en un mes en Argentina

 **Windows Live Hotmail**
El webmail más utilizado en el mundo

 **Windows Live Spaces**
4 millones de nuevos perfiles en Argentina



EL OJO DE IBEROAMERICA AGRADECE A LAS SIGUIENTES EMPRESAS POR SU APOYO EN EL FESTEJO DE LOS **10 AÑOS**

Patrocinan

gettyimages®

Agilvy



JWT

DRAFTFCB

Y&R

MCCANN ERICKSON

STANLEY WILKINSON

cle Argentina

AXN
S
VODIX
SPE Networks Latin America

Microsoft Digital Advertising Solutions

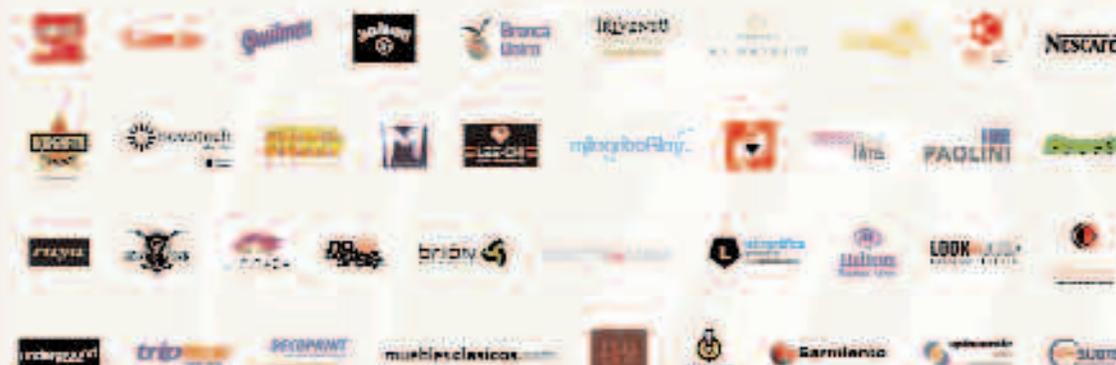
msn® Windows Live

El X Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica 2007 cuenta con los siguientes auspiciores: Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, Secretaría de Cultura y Secretaría de Turismo de la Nación, a su vez, Decretado de Interés Cultural por la Secretaría de Cultura de la Nación y de Interés Nacional por la Secretaría General de la Nación.

Apoyan



Acompañan



Agradecimientos a los conferencistas

Bathelues - Howard Draft - Tham Khai Meng - Mark Jutassi - Guy Murphy - John Berzema - Joakim Bergstrom - Andrew Saunders - Rogelio Java - Eddie Donaldez - Luis Lindner - Ricardo Monteiro - Gustavo Martinez - Andre Zimmerman - Martin Hassan - Inatone Perkins - Huchó Mentab - Luis Hoenzo - Juan José Lampánella - Raul Lardas - Maxi Anselmo y Sebas Wilhelm

Agradecimientos a las empresas

Atosma Publicidad - Autimagen - Access Group - Ushvay - Design Suites - Geomet - Teltron - Winner - OJA - CUSP - OJA - Soporte.oodafuerzas.com - Virtuedom - Open24 - Creative/Deford - Maca Publicitaria - Lanacion.com

Agradecemos especialmente a:

Kortatu Moudo - Ana Clara Martínez Ramos - Paula Albrizu - Diego Morea - Alejandro Ripetti - Norma Rolandi - Franco Pacullo - Esteban Szporek - Mariana Summers - Cesar Lebrero - Paula Nunez - Vera Kade - Fernando Descotté - Luis Rubio - Santiago Grefer - Karina Colloca - Adrié Gómez Harro - Elizabeth Silberstein, y a todo el equipo de LatinSpots - LatinSpots.com y El Ojo de Iberoamérica, en particular a Valeria Mari Battaglia, Cecilia Altamonte, Soledad Russo, Constanza Casares, Mara Florencia Kessler y Nestor La Unidat.

Muchas gracias por acompañarnos

Organiza **LatinSpots**



MÁS QUE NUNCA, LA MEJOR PUBLICIDAD DEL MUNDO ESTA DE ESTE LADO DEL MUNDO

ESTHER LEE, HOWARD DRAFT, THAM KHAI MENG, MARK TUTSSEL, GUY MURPHY, JOHN GERZEMA, JOAKIM BORGSTRÖM, ANDREW SAUNDERS, ROGELIO JAUÁ, EDDIE GONZALEZ, LUCA LINDNER, RICARDO MONTEIRO, GUSTAVO MARTINEZ, ANDRÉ ZIMMERMANN, MARTIN HAZAN, THATCHER FLIKINS, PUCHO MONTAÑE, LUIS POLINZO, JUAN JOSÉ CAMPANILLA, RAUL CAJEDAS, MAXI ANSELMO Y SIBAS WILHELM EXPONDRÁN TODOS SUS CONOCIMIENTOS EN EL OJO 2007.

X FESTIVAL INTERNACIONAL

EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2007

PREMIO, EXPOSICIÓN Y CONFERENCIAS INTERNACIONALES

19, 20 y 21 DE NOVIEMBRE / HILTON BUENOS AIRES

TRES DÍAS CON LOS MEJORES PUBLICITARIOS DE IBEROAMÉRICA Y EL MUNDO

www.ajodaiberoamerica.com

Organiza: LatinSpots.com

