

CONVOCATORIA



REED LATINO

AWARDS '24

El premio más difícil
de la industria
de la COMPOL en español

REED
'24



Podrán participar todas las campañas electorales, piezas de campañas electorales, piezas de campañas o campañas gubernamentales, publicaciones o tesis de Comunicación Política y Marketing Público o de Gobierno que hayan sido lanzadas o publicadas entre **01 de agosto del 2023 al 26 de julio de 2024** en un proceso de campaña institucional de gobierno o electoral para primera o segunda vuelta, precampaña, campaña interna partidista o intercampaña sin importar si la elección en cuestión ya concluyó o se encuentra en proceso.

Dichas campañas habrán sido realizadas y utilizadas en cualquier país de **América latina, Brasil (portugués) o España, el mercado latino de Estados Unidos, o en algún otro país donde haya existido elección y el consultor sea de origen hispano o latinoamericano.**

Las nominaciones se recibirán sólo si corresponden con las categorías disponibles, aunque el grupo organizador se reserva el derecho de mover las piezas a otra categoría donde la propuesta se adecúe mejor.

Una vez más las nominaciones por campaña estarán divididas en 4 grandes vertientes:

- **CAMPAÑAS ELECTORALES** (Presidenciales, gobernadores, alcaldías, senadores, diputaciones, internas partidistas, intercampaña)
- **CAMPAÑAS GUBERNAMENTALES** (presidenciales, estatales, municipales; dependencias; sociales; organismos descentralizados)
- **CAMPAÑAS ELECTORALES Y GUBERNAMENTALES DIGITALES** (páginas web, en redes sociales, Inteligencia Artificial, e-mail, WhatsApp, SMS, app, etc.)
- **ESTUDIOS ACADÉMICOS O DE DIVULGACIÓN** (Planes de estudios universitarios, tesis, artículos académicos, libros relacionados, etc.)

Con la finalidad de generar un concurso en igualdad de condiciones entre empresas o consultores independientes, cada una de ellas contará con una subdivisión referente al índice poblacional que para el caso llamaremos

GRANDES AUDIENCIAS, MEDIANAS AUDIENCIAS Y PEQUEÑAS AUDIENCIAS

Las piezas para presentar en la categoría de Piezas de Campaña Electoral podrán haber sido utilizadas en campañas primarias, internas, precampañas o segunda vuelta según la regulación de cada país; en lo que refiere a campañas de comunicación gubernamental, estas podrán ser de carácter internacional, nacional, regional o local, pues para ello se

han abierto respectivas subcategorías. Cada una de ellas deberá ser inscrita de acuerdo al número de habitantes y tipo de entidad para la cual fue lanzada tomando en cuenta la siguiente tabla:

PEQUEÑAS AUDIENCIAS: Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población no sobrepase los 700 mil habitantes, debiendo tratarse forzosamente de una elección de alcalde, concejal, diputado, o regiduría.

MEDIANAS AUDIENCIAS: Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población fluctúe entre los 700 mil uno y el millón 900 mil habitantes, debiendo tratarse forzosamente de una elección de alcalde, concejal, diputado, regiduría, senador, estado, departamento, provincia, comunidad autónoma o región.

GRANDES AUDIENCIAS: Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población fluctúe sobrepase el millón 900 mil un habitantes, pudiendo tratarse de cualquier tipo de demarcación territorial.

PRESIDENCIALES: Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales de habla hispana o portuguesa en el continente americano y Europa sin importar tamaño poblacional. La elección debió realizarse en el período marcado dentro de la convocatoria 2024.

TIEMPOS DE INSCRIPCIÓN

Lao las piezas podrán inscribirse a partir del **lunes 13 de mayo 2024** teniendo como fecha límite el **de julio del 2024**, a fin de que nuestra Academia y Jurado especializado en cada área puedan deliberar y decidir quiénes serán los finalistas de cada categoría. De entre ellos, **sólo uno** obtendrá el Reed Latino Award (aunque nuestro jurado se reserva el derecho de considerar empates).*

Cada pieza inscrita en la página de internet www.reedlatino.com deben ser enviada en formatos especiales según sea su presentación.

SELECCIÓN DE FINALISTAS Y GANADORES

El jurado Reed Latino 2024 estará conformado por especialistas en temas de estrategia política, comunicación política, marketing público, contacto directo, publicidad política, creación de mensajes políticos, política 3.0 y 4.0, marketing, academia y periodismo de toda Iberoamérica. Ellos serán los encargados de seleccionar a los finalistas de cada categoría.

La selección de nominados será publicada en nuestros medios –página de internet, en la versión impresa de la revista, Twitter, Facebook- **entre el 06 y el 12 de agosto del 2024.**

La academia, así como los jueces que elegirán finalistas y ganadores, serán dados a conocer en su momento en nuestras vías oficiales de comunicación, y su decisión tendrá carácter de inapelable.

Los Reed Latino Awards 2024 se efectuarán el 26 de octubre del 2024, en una sede aún por confirmarse.

El viernes 25 de octubre se realizará un coctel de nominados El sábado 26 de octubre se llevará a cabo la ceremonia de premiación en una gran cena de gala.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN EN LAS DIVERSAS CATEGORÍAS

1. Serán las casas consultoras, los gobiernos, los entes gubernamentales, las asociaciones civiles, los candidatos, los partidos políticos o los equipos de campaña que detenen los derechos del trabajo, quienes puedan inscribir las piezas respectivas a los Reed Latino 2024.
2. Las piezas debieron haberse utilizado en el período especificado por la convocatoria. No se aceptarán piezas fuera este tiempo, ni currículos extras.
3. Cada pieza podrá inscribirse como un máximo de 5 veces en 5 distintas categorías, si es que quien inscribe así lo decide.
4. El costo de inscripción por cada categoría **será de 160 dólares americanos**. En el caso de requerir comprobante fiscal, deberá especificarse y pagar los impuestos (IVA) para recibir a cambio una factura emitida en México, para el resto de Iberoamérica sólo se emitirá un recibo si es solicitado.
5. Las piezas deberán inscribirse a partir del **lunes 13 de mayo del 2024** únicamente a través de la página oficial del evento www.reedlatino.com sitio en donde se recibirán por igual textos, piezas gráficas, de audio, o de video en los formatos arriba mencionados, teniendo como fecha límite el **domingo 21 de julio del 2024**. Es muy importante que la pieza inscrita cuente con el nombre del despacho o la persona que saldrá nominada.
6. Sólo podrán inscribirse aquellas piezas o aspirantes que completen la información solicitada y paguen la totalidad de su inscripción en el mismo momento de subir sus respectivas piezas a concurso. Podrán hacer el pago en nuestra página oficial siguiendo las instrucciones especificadas en la web. En caso de usar **PayPal**



es importante tener una cuenta verificada en este sitio web: www.paypal.com y recordar al hacer uso de esta empresa por movimiento cobra una comisión extra del 5%.

7. En ningún caso el depósito realizado por la inscripción a los Reed Latino Awards así como la inasistencia a la ceremonia de premiación será reembolsado.
8. Al enviar sus piezas a concurso, nos otorgan el derecho de uso de estas para futuras exposiciones o exhibiciones graficas o de video en foros o conferencias de América y Europa, así como los canales oficiales de YouTube de C&E Campaigns & Elections México y el Reed Latino, sin que ello implique la pérdida de los derechos de autor para los creadores y en todo caso Reed Latino Awards dejará claro quien o quienes hicieron ese trabajo.
9. El jurado tiene el derecho de declarar empate en cualquier categoría o en su defecto, declarar desierta cualquier nominación si llega a considerar que los trabajos inscritos no reúnen la calidad necesaria para ser premiados.

REQUISITOS

- Los participantes deberán autorizar a C&E Campaigns and Elections en español a utilizar sus obras en futuras exposiciones o seminarios, sin que ello signifique la cesión de derechos de autor. El texto muestra aparecerá disponible en la página de internet y podrá ser descargado por el usuario
- Los participantes deberán subir el documento firmado en la plataforma web del Reed Latino 2024, que autorice, verifique y nos cerciore que la obra a concursar sí fue realizada por el concursante para ese partido político, candidato, o gobierno. La carta deberá ser firmada y membretada por el partido político, candidato o gobierno que mandó hacer la pieza. En su defecto, será el mismo consultor o quien inscribe quien de fe de decir la verdad a través de un texto de características similares. Todo reclamo de derechos de autor por un tercero, será sujeto de análisis por el comité organizador, mismo que podría llevar a la baja de la pieza. Los documentos aparecerán disponible en la página de internet y podrá ser descargado por el usuario
- Los concursantes deberán explicar en una hoja tamaño carta membretada los **MOTIVOS** por los cuales consideraran que su obra o carrera (en el caso de personas) merecen ser reconocidas con cada nominación, e incluso con un Reed Award. Con argumentos válidos, en este caso

pueden presentarse encuestas profesionales que midan al gobierno, el candidato o el partido antes y después de haber implementado la campaña; el resultado electoral sin importar se haya ganado o perdido; notas periodísticas que en su momento reconocieron el trabajo realizado. La **CARTA DE MOTIVOS**, no deberá ser mayor a una cuartilla. (Arial 12, 1.5 interlineado) El texto muestra aparecerá disponible en la página de internet y podrá ser descargado por el usuario.

¿CÓMO ENVIAR EL MATERIAL DE LAS DISTINTAS CATEGORÍAS?

- En el caso de material de categorías con video: subirán su material a nuestra página como MP4 no mayor a 40 megas. **NO SE PERMITEN LIGAS, HIPERVÍNCULOS O ENLACES A OTRAS PÁGINAS WEB.**
- En el caso de material impreso: PDF que no pese más de 10 megas con los enlaces (Links) del material a concursar.
- En el caso de audio: en MP3 de 128 kbps no mayor a 10 megas.
- En el caso de obras de concurso académico, deberá enviarse el texto completo en PDF comprimido acompañado de un resumen a dos cuartillas de este.

CATEGORIZACIÓN DE CAMPAÑAS:

GRANDES AUDIENCIAS

Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población fluctúe sobrepase el millón 900 mil habitantes, pudiendo tratarse de cualquier tipo de demarcación territorial.

MEDIANAS AUDIENCIAS

Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población fluctúe entre los 700 mil uno y el millón 900 mil habitantes, debiendo tratarse forzosamente de una elección de alcalde, concejal, diputado, regiduría, senador, estado, departamento, provincia, comunidad autónoma o región.

PEQUEÑAS AUDIENCIAS

Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan sido hechos para campañas electorales o gubernamentales donde la población no sobrepase los 700 mil habitantes, debiendo tratarse forzosamente de una elección de alcalde, concejal, diputado, o regiduría.

PRESIDENCIALES

Podrán inscribirse en este rubro todos los trabajos que hayan

sido hechos para campañas electorales de habla hispana o portuguesa en el continente americano y Europa sin importar tamaño poblacional. La elección debió realizarse en el periodo marcado dentro de la convocatoria 2024.

GRANDES AUDIENCIAS GENERALES ELECTORALES

01. REED LATINO HALL OF FAME 2024

Profesión. Nominación de miembros honorarios a nuestro salón de la fama. Premio honorario otorgado a los profesionales de la comunicación y el marketing político que cuya trayectoria además de estar acompañada de triunfos electorales, sea un ejemplo para los jóvenes consultores. Los integrantes de la academia serán los encargados de seleccionar a los nuevos miembros para esta distinción.

02. CONSULTOR DEL AÑO

Con esta categoría el jurado Reed Awards Latino América premiará a la persona que mejor supo conducir una o varias campañas en el espacio de tiempo determinado en nuestra convocatoria. De esta manera valoraremos talento, estrategia, innovación, don de mando y resultados con los que supo conducir la elección o gobierno.

03. ESTRATEGIA ELECTORAL DEL AÑO

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia general de una campaña electoral de más de 1.6 millones de electores, sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video.

04. CONSULTOR REVELACIÓN ELECTORAL (SIN IMPORTAR LA EDAD)

Podrán inscribirse todos aquellos consultores que han logrado sobresalir en este rubro, ganándose un nombre a pesar de tener poco tiempo en el ámbito o haber creado empresas nuevas en la materia.

05. CONSULTOR REVELACIÓN ELECTORAL GRANDES AUDIENCIAS (SIN IMPORTAR LA EDAD)

Podrán inscribirse todos aquellos consultores que han logrado sobresalir en este rubro, ganándose un nombre en el ámbito o haber creado empresas nuevas en la materia, sin importar la edad.

06. MEJOR ENTRENADOR DE MEDIOS Y DISCURSO, EN CAMPAÑA ELECTORAL O DE GOBIERNO (MEDIA Y SPEECH TRAINING)

En esta categoría, se premia el trabajo del consultor y su trabajo con candidatos, líderes de opinión y gobernantes en materia de preparación de discurso o entrenamiento para medios de comunicación



07. MEJOR FIRMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa cuyos esfuerzos creativos y de estrategia contribuyeron en su totalidad al posicionamiento de una campaña, candidato.

08. MEJOR AGENCIA REVELACIÓN DEL AÑO ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa o conjunto de creativos que trabajaron en una campaña político-electoral o de gobierno y que su trabajo sea innovador en el campo de la comunicación política.

09. MEJOR AGENCIA DE PUBLICIDAD POLÍTICA (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa o conjunto de creativos que trabajaron en la publicidad campaña político-electoral o de gobierno, esta categoría aplica para agencias publicitarias y despachos creativos de comunicación comercial que se hayan incorporado a una campaña electoral.

10. MEJOR AGENCIA DE INVESTIGACIÓN / INTELIGENCIA CUALITATIVA (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa o conjunto de investigadores enfocados en explicar o comprender el comportamiento social con base en un estudio cualitativo. La academia y el jurado valoraran de forma rigurosa los métodos y técnicas de investigación aplicadas.

11. MEJOR CASA ENCUESTADORA (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a aquella empresa de medición de la opinión pública que a lo largo del periodo comprendido en la convocatoria demostró su profesionalismo y asertividad en no sólo un trabajo de sondeo, sino en todos los realizados ya sea en lo electoral o lo gubernamental, así como en su trabajo diario.

12. MEJOR USO DE CALL CENTER PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría se reconocerá la estrategia, el alcance y el mensaje emitido por el operador, ya sea por un mensaje grabado o por el personal capacitado para ello.

13. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL PRESIDENCIAL

Podrán inscribirse aquí todas aquellas estrategias de comunicación que a decir de sus creadores y de manera integral lograron conectar con el votante de manera efectiva en una campaña por presidencia de la República, entendiendo que el presupuesto y atención que la misma tiene es única.

14. MEJOR CAMPAÑA DE IDENTIDAD PARTIDISTA (GRANDES AUDIENCIAS)

Participaran aquellos trabajos que en conjunto hayan apoyado a un partido a reforzar o crear su identidad con miras a un proceso electoral.

15. MEJOR CAMPAÑA DE FOMENTO AL VOTO (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la campaña tanto de un partido político, gobierno, asociación o institución cuya campaña de fomento y a la participación ciudadana fuera ejemplar.

16. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL PARA MEDIOS IMPRESOS (GRANDES AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que fue innovadora, emocional, equilibrada con el diseño y que causó un impacto positivo en el comportamiento electoral.

17. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL DE CONTRASTE (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos a los mejores spots de radio y televisión o prints o campañas digitales que en lo individual o en lo colectivo hayan ayudado a la campaña general a establecer diferencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

18. MEJOR CAMPAÑA DIGITAL HECHA POR LATINOS EN ESTADOS UNIDOS Y EUROPA U OTRA PARTE DEL MUNDO

Trabajo electoral de consultores latinoamericanos que tuvieron un resultado positivo o que cuya colaboración fuera significativa en el trabajo electoral.

19. MEJOR CAMPAÑA DE VOTO LATINO EN EUA

Campaña electoral que invite a los electores fuera de su país, a emitir el voto a favor de algún partido o candidato. O campaña que haya sido encabezada por un consultor de origen Latino en un país no hispanoparlante.

20. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL EN BTL O ACTIVACIÓN (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá al trabajo realizado en donde se emplee el BTL en medios de difusión no convencionales que hayan tenido un impacto significativo en el electorado.

21. MEJOR CAMPAÑA DE REELECCION (GRANDES AUDIENCIAS)

Competirán en este rubro todas aquellas campañas electorales que hayan tenido como finalidad lograr la reelección del mandatario en turno. Como ocurre en todas las categorías donde se utiliza la palabra “campaña”, será necesario que el postulante ponga a consideración del jurado tanto su estrategia, como sus spots, billboards, web, o actos realizados durante el periodo electoral. No es necesario que la campaña haya resultado ganadora.

22. MEJOR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Esta categoría premiará la estrategia diseñada por un con-

sultor o consultores cuya estrategia electoral tenga impactos positivos durante la campaña, aquí es importante el tiempo de campaña y las etapas de esta, así como los productos o aplicaciones de la estrategia.

23. MEJOR ESTRATEGIA DE TIERRA PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán ser nominados grupos de campaña o personajes que a lo largo de ella supieron movilizar estructuras en territorios determinados a fin de apoyar a sus candidatos o partidos.

24. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la opinión pública, será valorada para encontrar al ganador de esta categoría.

25. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA (GRANDES AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa en específico. Se calificará el aporte de la encuesta durante la campaña y su paridad con el resultado final.

26. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN COMPOL (GRANDES AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa exclusivamente. Se calificará la metodología y el modelo utilizado para dicho estudio.

27. MEJOR ESTUDIO CUALITATIVO O CON COMPONENTE CUALITATIVO PROPIETARIO

Categoría que reconoce aquellos trabajos de investigación que mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación cualitativa aportan algo novedoso para la comprensión y explicación de un contexto social. Se tomará en cuenta la metodología de la investigación, la hipótesis y todas las variables consideradas para el desarrollo del trabajo de investigación.

28. MEJOR PROGRAMA DE ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá al mejor programa (Televisión /Radio / Video Blog / Podcast) dedicado al análisis de la Comunicación Política.

29. MEJOR PROGRAMA DE TELEVISION, RADIO O PLATAFORMA (PODCAST) CON CONTENIDO DE COMUNICACIÓN POLITICA ELECTORAL.

Podrán competir todas aquellas producciones de radio, tv o cualquier tipo de streaming que hayan tenido como tema principal la difusión de diversos temas políticos electorales y



de comunicación política cuya finalidad haya sido la de estudiar, analizar o difundir hechos, noticias, estrategias, encuestas, y temas concernientes al ámbito electoral.

30. MEJOR IMAGEN GRÁFICA EN CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Esta categoría premiaremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para transmitir la identidad, los valores y las aspiraciones de un candidato para su reconocimiento efectivo durante una campaña electoral.

31. MEJOR PIEZA GRÁFICA ELECTORAL EN VÍA PÚBLICA (GRANDES AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativo, emocional y que fue generó simpatía por el candidato o partido político.

32. MEJOR CORTOMETRAJE / LARGOMETRAJE DE CAMPAÑA ELECTORAL O DE GOBIERNO. (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, el mensaje de una campaña electoral. Se valorará la creatividad, innovación y producción, así como que el mensaje a transmitir sea claro y contenga un buen storytelling.

33. MEJOR SPOT TELEVISIVO O WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (GRANDES AUDIENCIAS)

Competirán todos aquellos anuncios o spots de audio y video con los cuales el equipo de campaña o los estrategias buscaron persuadir a la ciudadanía para que votaran de nueva cuenta por quien buscaba su reelección.

34. MEJOR SPOT O SERIE POLÍTICA ELECTORAL ANIMADA (GRANDES AUDIENCIAS)

Participaran aquellos despachos que hayan creado una serie o spot animado con la intención de fomentar el voto o encausar el apoyo a un candidato o partido político determinado. En esta categoría no importa la duración ni el formato que se utilizó para crear la animación.

35. MEJOR SPOT ELECTORAL CENSURADO (GRANDES AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un periodo determinado de la campaña, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

36. MEJOR SPOT ELECTORAL DE CONTRASTE (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos al mejor spot de televisión que hayan ayudado a la campaña general a establecer dife-

rencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

37. MEJOR SPOT DE MÁS DE 60" EN CAMPAÑA PRESIDENCIAL

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y artística el mensaje de una campaña presidencial en un spot de una duración de más de 60 segundos. La academia y el jurado valoraran aquí la creatividad, innovación y producción del spot.

38. MEJOR SPOT DE MÁS DE 60" CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valoraran aquí la creatividad, innovación y producción del spot. **Que tenga una duración de más de 60 segundos.**

39. MEJOR SPOT DE MENOS DE 30" EN CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. **Todo plasmado en menos de 30 segundos.**

40. MEJOR SPOT MENOS DE 60" EN CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. **Todo plasmado en menos de 60 segundos.**

41. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría la producción, creatividad, originalidad, y claridad en el mensaje con el cual se apoyó una campaña en pos de un cargo público. No importa en este caso el tiempo de duración de la pieza.

42. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Esta categoría está orientada a reconocer el talento desplegado por el consultor o una empresa específica en la creación de un jingle que se destacó en campaña ayudando al reconocimiento del candidato.

43. MEJOR PUBLICIDAD ELECTORAL QUE NUNCA VIO LA LUZ (GRANDES AUDIENCIAS)

Pieza de video para una campaña electoral que no fue publicada o transmitida por ningún medio de comunicación, redes sociales, portales de video etc.

44. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA POLÍTICO - ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o partidos políticos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante el votante.

GRANDES AUDIENCIAS GENERALES DE GOBIERNO

45. ESTRATEGIA GUBERNAMENTAL DEL AÑO (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia de una campaña de gobierno sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video. Gracias a su trabajo, este gobierno tiene un rumbo comunicativo.

46. CONSULTOR REVELACIÓN GUBERNAMENTAL (SIN IMPORTAR LA EDAD) (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse todos aquellos consultores que han logrado sobresalir en la escena de la gerencia política ganándose un nombre a pesar de tener poco tiempo en el ámbito o haber creado empresas nuevas en la materia. Valoraremos la efectividad de su labor por medio de los resultados en las urnas o las encuestas gubernamentales en los sitios que asesoran.

47. MEJOR AGENCIA REVELACIÓN DEL AÑO GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa o conjunto de creativos que trabajaron en una campaña de gobierno y que su trabajo sea innovador en el campo de la comunicación política.

48. MEJOR FIRMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa cuyos esfuerzos creativos y de estrategia contribuyeron en su totalidad al posicionamiento de una campaña, candidato o gobierno en funciones.

49. MEJOR USO O INTEGRACION DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA UNA CAMPAÑA COMUNICATIVA DE GOBIERNO

Podrán participar todas las campañas de gobierno que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y discurso; guion para spot y pautado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

50. MEJOR MANEJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UNA CAMPAÑA O GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)



Se reconocerá a la persona o equipo de trabajo que mejor manejo de medios hayan tenido durante una campaña electoral o de gobierno, cuyo resultado impactó de forma positiva en la opinión pública.

51. MEJOR MANEJO DE CRISIS GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor para enfrentar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico.

52. MEJOR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Esta categoría premiará la estrategia diseñada por un equipo de trabajo de gobierno o de un consultor que haya tenido un impacto positivo en la percepción de los ciudadanos. Esta categoría es integral, debe tener todas las aplicaciones donde la estrategia se implementó.

53. MEJOR CAMPAÑA DE INFORME DE GOBIERNO, EVENTO ESPECIAL, O PRESENTACIÓN DE PROYECTO ANTE PÚBLICOS MASIVOS (PRESIDENCIAL) (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a toda aquella campaña especializada en fortalecer la imagen de un gobierno o gobernante tras un año de trabajo. Será tomado en cuenta todo el material gráfico, de audio y de video que emane de dicha campaña, así como el acto específico de informe en lo referente a su organización, desarrollo y producción.

54. MEJOR CAMPAÑA DE MARCA ESTADO O PAÍS

Categoría que premia a la mejor campaña de marca estado o país orientada a sus ciudadanos, que fomente la identificación y que busque posicionar esa entidad o nación como una marca competitiva ante otros.

55. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía.

56. MEJOR CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y/O PROTECCIÓN CIVIL (GRANDES AUDIENCIAS)

Campaña que informó el que hacer ante posibles desastres naturales, o que ayudó a cambiar el comportamiento de la sociedad después de un acontecimiento natural

57. MEJOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA (GRANDES AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce el trabajo de una campaña de promoción turística de una ciudad, un estado o un país a través de diversos medios de comunicación.

58. MEJOR CAMPAÑA PARA MEDIOS IMPRESOS

GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que, por su innovación y diseño, causó un impacto positivo entre los ciudadanos.

59. MEJOR FOTOGRAFÍA POLÍTICA A UN CANDIDATO O PRESIDENTE.

Se reconocerá el trabajo fotográfico, la calidad y el manejo de la imagen de un político en una campaña electoral o en funciones de gobierno.

60. MEJOR PROYECTO DE IMAGEN PÚBLICA O RELACIONES PÚBLICAS APLICADA A GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Bajo la premisa de que en política no hay segundas oportunidades para una primera impresión, decidimos implementar este reconocimiento a aquellos profesionales que han logrado con su trabajo ayudar a sostener o mejorar la imagen de un político, gobernante o candidato ante la población.

61. MEJOR IMAGEN O IDENTIDAD GRÁFICA GOBIERNO. (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para un gobierno. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, la autenticidad y efectividad de la transmisión de la identidad del gobierno a través de su imagen gráfica.

62. MEJOR PIEZA GRÁFICA EN VÍA PÚBLICA EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativa, emocional y que fue generó empatía ciudadana con el gobierno en turno.

63. MEJOR SERIE GUBERNAMENTAL ANIMADA (GRANDES AUDIENCIAS)

Participaran aquellos despachos que hayan creado una serie animada con la intención de apoyar la comunicación gubernamental ya sea por medio de spots, series o trabajos de comunicación interna o institucional hacia el exterior con un fin determinado.

64. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Categoría en la cual, el spot que por su mensaje, contenido y producción fue re- producido, compartido en redes sociales, páginas de internet y aplicaciones en donde la sociedad se sintió identificada con éste promocional.

65. MEJOR SPOT DE GOBIERNO QUE NUNCA VIO LA LUZ (GRANDES AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un periodo determinado de la campaña de gobier-

no, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

66. MEJOR SPOT DE TV DE MÁS 60" EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

67. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE MENOS DE 60" (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría a las piezas de video que lograron transmitir de manera correcta el mensaje de una campaña gubernamental. La academia y el jurado valorarán la creatividad, la innovación y la producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

68. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos audios que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

69. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán ser inscritas aquí a las piezas de sonido que coadyuvaron al mayor reconocimiento o ubicación de un gobernante o ente de gobierno.

70. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o gobiernos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante sus gobernados.

GRANDES AUDIENCIAS DIGITALES ELECTORALES

71. ESTRATEGIA DIGITAL ELECTORAL DEL AÑO (GRANDES AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia electoral exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos realizados para que la campaña haya tenido arraigo en el público seleccionado.

72. CONSULTOR REVELACIÓN DIGITAL ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)



Podrán inscribirse todos aquellos consultores digitales que han logrado sobresalir en este rubro, ganándose un nombre a pesar de tener poco tiempo en el ámbito o haber creado empresas nuevas en la materia. Valoraremos la efectividad de su labor, creatividad, estrategia y resultados en materia digital.

73. MEJOR ESTRATEGIA-APLICACION DIGITAL WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (GRANDES AUDIENCIAS)

El postulante deberá explicar o presentar la estrategia y aplicaciones que utilizo en las diversas redes sociales y en la web, para promover la reelección del candidato

74. AGENCIA DIGITAL REVELACIÓN DEL AÑO (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa o conjunto de creativos que trabajaron en una campaña de gobierno u político electoral, cuyo trabajo sea innovador en materia digital.

75. MEJOR FIRMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Empresa cuyos esfuerzos creativos y de estrategia digital contribuyeron en su totalidad al posicionamiento de una campaña, candidato o gobierno en funciones.

76. MEJOR CASA ENCUESTADORA POR MEDIO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a aquella empresa de medición de la opinión pública que a lo largo del periodo comprendido en la convocatoria implementó nuevas herramientas, métodos y técnicas de investigación tecnológica para realizar sus trabajos de sondeo de materia electoral o gubernamental.

77. MEJOR USO O INTEGRACION DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL

Podrán participar todas las campañas electorales que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y discurso; guion para spot y pautado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

78. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL ON LINE

Esta categoría premiará la estrategia trazada por el consultor o una empresa específica en los sitios web de un candidato o partido, así como la correcta conducción del mensaje en otros sitios web por medio de notas periodísticas o anuncios publicitarios en sitios o lugares de más de 1.6 millones de electores.

79. MEJOR CAMPAÑA DE CORREO DIRECTO

Se tomará en cuenta la originalidad, el alcance y la efecti-

vidad del correo en papel enviado durante la temporada de precampaña, intercampaña o campaña.

80. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOCIODEMOSCÓPICO A TRAVÉS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Categoría que reconoce el trabajo de investigación sobre las orientaciones y la opinión pública social, elaborado mediante la aplicación de nuevas herramientas, métodos y técnicas de investigación tecnológica.

81. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL ON LINE (GRANDES AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la sociedad red, y la solución a la coyuntura en materia digital.

82. MEJOR IDENTIDAD GRAFICA ELECTORAL O DE GOBIERNO EN BILLBOARD O POST COMUNICATIVO PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán participa todo el material gráfico desplegado en billboards, post, historietas, dípticos, trípticos o volantes, que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

83. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL

Participaran por este premio las Apps creadas exprefeso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del candidato en la búsqueda de la obtención de voto.

84. MEJOR SITIO WEB PARA CAMPAÑA (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el diseño, la originalidad, que sea intuitivo, fácil de navegar. Las métricas de visitantes ya sean estatales y nacionales, además del tiempo en que abra por completo el sitio además de ser responsivo con dispositivos móviles. Además de la utilidad para el ciudadano, el tiempo de respuesta en caso de que exista un asistente digital.

85. MEJOR PUBLICIDAD DE CONTRASTE PARA WEB (GRANDES AUDIENCIAS)

Se calificará la originalidad, la creatividad y la penetración del mensaje lanzado a través de los diversos canales web con la finalidad de demeritar al rival.

86. MEJOR USO EN EL CORREO ELECTRÓNICO PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MAILING) (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el mensaje, la efecti-

vidad en números de correos recibido, abiertos, así como el diseño de este.

87. MEJOR USO DE PUBLICIDAD ELECTORAL HECHA PARA DISPOSITIVOS MÓVILES (GRANDES AUDIENCIAS)

No solo es un mensaje de texto o por WhatsApp, esta categoría tomará en cuenta que esta publicidad que este especialmente diseñada para usuarios de Smartphone. Como se implementó el alcance y efectividad de esta.

88. MEJOR USO DE TECNOLOGIA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor electoral que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en la campaña.

89. MEJOR USO DEL SMS O WHATSAPP EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Se tomará en cuenta la plataforma con la que se trabajó, ya sea de propia creación o con el uso de terceros. Además del mensaje, el alcance y la efectividad de los mensajes de texto

90. MEJOR USO DE PLATAFORMA SOCIAL, TECNOLOGIA MÓVIL, WEB PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Será nominada la empresa o consultoría que presente la mejor plataforma social que contenga juegos, imágenes, textos cálculos, simulaciones, videos entre otros que hayan sido de utilidad en la campaña electoral.

91. MEJOR MANEJO DE UN PARTIDO POLÍTICO O EQUIPO EN REDES SOCIALES EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

92. MEJOR MANEJO DE REDES SOCIALES PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

93. MEJOR MANEJO DE FACEBOOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO CON ASPIRACIÓN O EN CAMPAÑA ELECTORAL

Se reconocerá el manejo de Facebook su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al partido y candidato en la campaña electoral.

94. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM DE UN PERSONAJE



POLÍTICO CON ASPIRACIÓN O EN CAMPAÑA ELECTORAL

Se reconocerá el manejo de Instagram su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al partido y candidato en la campaña electoral.

95. MEJOR MANEJO DE TWITTER DE UN PERSONAJE POLÍTICO CON ASPIRACIÓN O EN CAMPAÑA ELECTORAL

Se reconocerá el manejo de Twitter su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al partido y candidato en la campaña electoral.

96. MEJOR MANEJO DE TIKTOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO CON ASPIRACIÓN O EN CAMPAÑA ELECTORAL

Se reconocerá el manejo de TikTok su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al partido y candidato en la campaña electoral.

97. MEJOR SPOT ELECTORAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (GRANDES AUDIENCIAS).

Podrán participar todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

98. MEJOR SPOT ELECTORAL PARA INTERNET (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular.

99. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA ELECTORAL POR INTERNET DE MENOS DE 60" (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros cuya duración sea de menos de 60 segundos.

100. MEJOR "SNACKABLE" WEB VIDEO PARA PUBLICIDAD ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Se premiará al mejor video publicitario capaz de haber ofrecido pequeñas dosis de información dejando enganchado a los usuarios y que los dejaron hambrientos de contenidos y campañas similares en plataformas como Tik-Tok, Instagram etc.

102. MEJOR VIDEO CLIP PARA CAMPAÑA ELECTORAL (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos musicalizados y que tengan una duración de más de 60 segundos. Se

calificará el mensaje, la producción y la originalidad.

103. MEJOR VIDEO WEB CON CONTENIDO ELECTORAL PARA CAMPAÑA PRESIDENCIAL (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para una campaña electoral de candidatos presidenciales. Se calificará el mensaje, la producción y la originalidad de este sin importar su tiempo de duración y sin que, por ello, puedan ser clasificados específicamente como spots.

104. MEJOR VIDEO WEB CON CONTENIDO ELECTORAL PARA UNA CAMPAÑA A GUBERNATURA O SENADO (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para una campaña electoral de candidatos a un gobierno o demarcación. Se calificará el mensaje, la producción y la originalidad de este sin importar su tiempo de duración y sin que, por ello, puedan ser clasificados específicamente como spots.

GRANDES AUDIENCIAS DIGITALES DE GOBIERNO

105. CONSULTOR REVELACIÓN DIGITAL GUBERNAMENTAL. (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse todos aquellos consultores digitales de gobierno que han logrado sobre- salir en este rubro, ganándose un nombre a pesar de tener poco tiempo en el ámbito o haber creado empresas nuevas en la materia. Valoraremos la efectividad de su labor, creatividad, estrategia y resultados en materia digital.

106. ESTRATEGIA DIGITAL GUBERNAMENTAL DEL AÑO (GRANDES AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia digital gubernamental exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos realizados para que la campaña haya tenido arraigo en el público seleccionado.

107. MEJOR USO O INTEGRACION DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA UNA CAMPAÑA COMUNICATIVA DE GOBIERNO

Podrán participar todas las campañas de gobierno que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y curso; guion para spot y pautaado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

108. MEJOR PROTOCOLO DE CRISIS DIGITAL GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor o consultores para enfrentar y solucionar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico en materia digital, deberán especificar el origen de la coyuntura, su clima y la solución de esta.

109. MEJOR CAMPAÑA GUBERNAMENTAL ON LINE (GRANDES AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la estrategia trazada por el consultor o una empresa específica en los sitios web de un gobernante o gobierno, así como la correcta conducción del mensaje en otros sitios web por medio de notas periodísticas o anuncios publicitarios.

110. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN SOCIAL WEB (GRANDES AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía y que fue comunicada en plataformas digitales.

111. INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán participar todas las campañas electorales que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y curso; guion para spot y pautaado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

112. MEJOR PÁGINA WEB DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá el diseño, funcionabilidad, la transparencia y la experiencia del usuario del sitio web de un gobierno. Deberá tener el mapa del sitio, comentarios de la comunidad (sociedad red) y la interacción con redes sociales.

113. MEJOR USO DE TECNOLOGIA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor social que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en programas de gobierno en beneficio de los ciudadanos.

114. MEJOR MANEJO DE UN GOBIERNO O DEPENDENCIA GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES (GRANDES AUDIENCIAS)

Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Tik-Tok y demás, son herramientas indispensables en el manejo comunicativo de un gobierno. Su efectividad e innovación serán premiadas en esta categoría.

115. MEJOR MANEJO DE REDES SOCIALES FACEBOOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)



Se reconocerá el manejo de Facebook su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

116. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Instagram su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

117. MEJOR MANEJO DE TWITTER DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Twitter su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

118. MEJOR MANEJO DE TIKTOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO (GRANDES AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de las TikTok su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

119. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (GRANDES AUDIENCIAS)

Participarán por este premio las Apps creadas exprofeso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del gobernante en la búsqueda de la obtención de aprobación ciudadana. Estas podrán haber partido desde los gobiernos, grupos ciudadanos de apoyo, o las oficinas del mandatario o funcionario público con la intención de resolver problemas sociales o informar de manera correcta a la ciudadanía.

120. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (GRANDES AUDIENCIAS).

Podrán participar todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

121. MEJOR SPOT VIRAL DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL POR INTERNET (GRANDES AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una cam-

paña de gobierno que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros.

122. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES (GRANDES AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos videos que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Que haya tenido un impacto sobresaliente en redes sociales. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

MEDIANAS AUDIENCIAS GENERALES ELECTORALES

123. MEJOR ESTRATEGIA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia general de una campaña electoral sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video.

124. MEJOR HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Más allá de la aplicación, en una campaña electoral es común encontrar nuevos medios o instrumentos digitales que buscan simplificar la labor del candidato o su equipo a través de programas o sistemas. Estas novedades que marcan una pauta o tendencia serán reconocidas.

125. MEJOR CASA ENCUESTADORA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a aquella empresa de medición de la opinión pública que a lo largo del periodo comprendido en la convocatoria demostró su profesionalismo y asertividad en no sólo un trabajo de sondeo, sino en todos los realizados ya sea en lo electoral o lo gubernamental, así como en su trabajo diario.

126. MEJOR USO DE CALL CENTER PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría se reconocerá la estrategia, el alcance y el mensaje emitido por el operador, ya sea por un mensaje grabado o por el personal capacitado para ello.

127. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquí todas aquellas estrategias de comunicación que a decir de sus creadores y de manera integral lograron conectar con el votante de manera efectiva en una campaña de gubernatura, alcaldía o distrito.

128. MEJOR CAMPAÑA DE IDENTIDAD

PARTIDISTA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Participaran aquellos trabajos que en conjunto hayan apoyado a un partido a reforzar o crear su identidad con miras a un proceso electoral.

129. MEJOR CAMPAÑA PARA MEDIOS IMPRESOS (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que fue innovadora, emocional, equilibrada con el diseño y que causó un impacto positivo en el comportamiento electoral.

130. MEJOR CAMPAÑA DE FOMENTO AL VOTO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la campaña tanto de un partido político, gobierno, o de una institución electoral cuya campaña de fomento y a la participación ciudadana fuera ejemplar.

131. MEJOR CAMPAÑA DE CONTRASTE (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoriza premiaremos a los mejores spots de radio y televisión o prints o campañas digitales que en lo individual o en lo colectivo hayan ayudado a la campaña general a establecer diferencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

132. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL EN BTL O ACTIVACIÓN (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá al trabajo realizado en donde se emplee el BTL en medios de difusión no convencionales que hayan tenido un impacto significativo en el electorado.

133. MEJOR CAMPAÑA DE REELECCION (MEDIAS AUDIENCIAS)

Competirán en este rubro todas aquellas campañas electorales que hayan tenido como finalidad lograr la reelección del mandatario en turno. Como ocurre en todas las categorías donde se utiliza la palabra "campaña", será necesario que el postulante ponga a consideración del jurado tanto su estrategia, como sus spots, billboards, web, o actos realizados durante el periodo electoral. No es necesario que la campaña haya resultado ganadora.

134. MEJOR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Esta categoriza premiará la estrategia diseñada por un consultor o consultores cuya estrategia electoral tenga impactos positivos durante la campaña, aquí es importante el tiempo de campaña y las etapas de la misma, así como los productos o aplicaciones de la estrategia.

135. MEJOR ESTRATEGIA DE TIERRA PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)



Podrán ser nominados grupos de campaña o personajes que a lo largo de ella supieron movilizar estructuras en territorios determinados a fin de apoyar a sus candidatos o partidos.

136. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la opinión pública, será valorada para encontrar al ganador de esta categoría.

137. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa en específico. Se calificará el aporte de la encuesta durante la campaña y su paridad con el resultado final.

138. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN COMPOL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa exclusivamente. Se calificará la metodología y el modelo utilizado para dicho estudio.

139. MEJOR ESTUDIO CUALITATIVO O CON COMPONENTE CUALITATIVO PROPIETARIO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce aquellos trabajos de investigación que mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación cualitativa aportan algo novedoso para la comprensión y explicación de un contexto social. Se tomará en cuenta la metodología de la investigación, la hipótesis y todas las variables consideradas para el desarrollo del trabajo de investigación.

140. MEJOR PROGRAMA DE ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá al mejor programa (Televisión /Radio / Video Blog / Podcast) dedicado al análisis de la Comunicación Política.

141. MEJOR IMAGEN GRÁFICA EN CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Esta categoría premiaremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para transmitir la identidad, los valores y las aspiraciones de un candidato para su reconocimiento efectivo durante una campaña electoral.

142. MEJOR PIEZA GRÁFICA ELECTORAL EN VÍA PÚBLICA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativo, emocional y que fue generó simpatía por el candidato o partido político.

143. MEJOR CORTOMETRAJE / LARGOMETRAJE DE CAMPAÑA ELECTORAL O DE GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, el mensaje de una campaña electoral. Se valorará la creatividad, innovación y producción, así como que el mensaje a transmitir sea claro y contenga un buen storytelling.

144. MEJOR SPOT TELEVISIVO O WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Competirán todos aquellos anuncios o spots de audio y video con los cuales el equipo de campaña o los estrategias buscaron persuadir a la ciudadanía para que votaran de nueva cuenta por quien buscaba su reelección.

145. MEJOR SPOT O SERIE POLÍTICA ELECTORAL ANIMADO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Participarán aquellos despachos que hayan creado un spot animado con la intención de fomentar el voto o encausar el apoyo a un candidato o partido político determinado. En esta categoría no importa la duración ni el formato que se utilizó para crear la animación.

146. MEJOR SPOT ELECTORAL CENSURADO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un periodo determinado de la campaña, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

147. MEJOR SPOT DE CONTRASTE (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos al mejor spot de televisión que hayan ayudado a la campaña general a establecer diferencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

148. MEJOR SPOT DE MÁS DE 60" CAMPAÑA ELECTORAL. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Que tenga una duración de más de 60 segundo.

149. MEJOR SPOT DE MENOS DE 30" EN CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. **Todo plasma-do en menos de 30 segundos.**

150. MEJOR SPOT MENOS DE 60" EN CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Todo plasma-do en menos de 60 segundos.

151. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría la producción, creatividad, originalidad, y claridad en el mensaje con el cual se apoyó una campaña en pos de un cargo público. No importa en este caso el tiempo de duración de la pieza.

152. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Esta categoría está orientada a reconocer el talento desplegado por el consultor o una empresa específica en la creación de un jingle que se destacó en campaña ayudando al reconocimiento del candidato.

153. MEJOR SPOT ELECTORAL O DE GOBIERNO QUE NUNCA VIO LA LUZ (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Pieza de video para una campaña electoral que no fue publicada o transmitida por ningún medio de comunicación, redes sociales, portales de video etc.

154. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o partidos políticos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante el votante.

MEDIANAS AUDIENCIAS GENERALES DE GOBIERNO

155. ESTRATEGIA GUBERNAMENTAL DEL AÑO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia de una campaña de gobierno sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video. Gracias a su trabajo, este gobierno tiene un rumbo comunicativo.

156. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL A GUBERNATURA/ DEPARTAMENTO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquí todas aquellas estrategias de comunicación que a decir de sus creadores y de manera integral lograron conectar con el votante de manera efectiva en una campaña a gobernador o al senado, entendiendo que el presupuesto y atención que la misma tiene es única.



157. MEJOR MANEJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL Y / O GUBERNAMENTAL. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá a la persona o equipo de trabajo que mejor manejo de medios hayan tenido durante una campaña electoral o de gobierno, cuyo resultado impactó de forma positiva en la opinión pública.

158. MEJOR MANEJO DE CRISIS GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor para enfrentar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico.

159. MEJOR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Esta categoría premiará la estrategia diseñada por un equipo de trabajo de gobierno o de un consultor que haya tenido un impacto positivo en la percepción de los ciudadanos. Esta categoría es integral, debe tener todas las aplicaciones donde la estrategia se implementó.

160. MEJOR CAMPAÑA DE INFORME DE GOBIERNO, EVENTO ESPECIAL, O PRESENTACIÓN DE PROYECTO ANTE PÚBLICOS MASIVOS (GUBERNATURA O SENADURÍA) (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a toda aquella campaña especializada en fortalecer la imagen de un gobierno o gobernante tras un año de trabajo. Será tomado en cuenta todo el material gráfico, de audio y de video que emane de dicha campaña, así como el acto específico de informe en lo referente a su organización, desarrollo y producción.

161. MEJOR CAMPAÑA DE MARCA CIUDAD

Categoría que premia a la mejor campaña de una ciudad orientada a sus ciudadanos, que fomente la identificación y que busque posicionar esa metrópolis como una marca competitiva ante otras ciudades.

162. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía.

163. MEJOR CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y/O PROTECCIÓN CIVIL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Campaña que informó el que hacer ante posibles desastres naturales, o que ayudó a cambiar el comportamiento de la sociedad después de un acontecimiento natural

164. MEJOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce el trabajo de una campaña de promoción turística de una ciudad, un estado o un país a través

de diversos medios de comunicación.

165. MEJOR CAMPAÑA PARA MEDIOS IMPRESOS GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que, por su innovación y diseño, causó un impacto positivo entre los ciudadanos.

166. MEJOR FOTOGRAFÍA POLÍTICA A UN CANDIDATO O GOBERNANTE / SENADOR. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el trabajo fotográfico, la calidad y el manejo de la imagen de un político en una campaña electoral o en funciones de gobierno.

167. MEJOR PROYECTO DE IMAGEN PÚBLICA O RELACIONES PUBLICAS APLICADA A GOBIERNO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Bajo la premisa de que en política no hay segundas oportunidades para una primera impresión, decidimos implementar este reconocimiento a aquellos profesionales que han logrado con su trabajo ayudar a sostener o mejorar la imagen de un político, gobernante o candidato ante la población.

168. MEJOR IMAGEN O IDENTIDAD GRÁFICA GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para un gobierno. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, la autenticidad y efectividad de la transmisión de la identidad del gobierno a través de su imagen gráfica.

169. MEJOR PIEZA GRÁFICA EN VÍA PÚBLICA EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativa, emocional y que fue generó empatía ciudadana con el gobierno en turno.

170. MEJOR SERIE O SERIE GUBERNAMENTAL ANIMADA. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Participarán aquellos despachos que hayan creado una serie animada con la intención de apoyar la comunicación gubernamental ya sea por medio de spots, series o trabajos de comunicación interna o institucional hacia el exterior con un fin determinado.

171. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría en la cual, el spot que por su mensaje, contenido y producción fue re- producido, compartido en redes sociales, páginas de internet y aplicaciones en donde la sociedad se sintió identificada con éste promocional.

172. MEJOR SPOT DE GOBIERNO QUE NUNCA

VIO LA LUZ. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un periodo determinado de la campaña de gobierno, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

173. MEJOR SPOT DE TV DE MÁS 60" EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

174. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE MENOS DE 60". (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría a las piezas de video que lograron transmitir de manera correcta el mensaje de una campaña gubernamental. La academia y el jurado valorarán la creatividad, la innovación y la producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

175. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos audios que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

176. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán ser inscritas aquí a las piezas de sonido que coadyuvaron al mayor reconocimiento o ubicación de un gobernante o ente de gobierno.

177. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA DE GOBIERNO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o gobiernos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante sus gobernados.

MEDIANAS AUDIENCIAS DIGITALES ELECTORALES

178. MEJOR ESTRATEGIA DIGITAL ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia electoral exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos realizados para que la campaña haya tenido arraigo en el público seleccionado de hasta 1 millón 599,999 electores.



179. MEJOR ESTRATEGIA-APLICACION DIGITAL WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (MEDIANAS AUDIENCIAS)

El postulante deberá explicar o presentar la estrategia y aplicaciones que utilizo en las diversas redes sociales y en la web, para promover la reelección del candidato

180. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL ON LINE (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia gubernamental o electoral exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos.

181. MEJOR CAMPAÑA DE CORREO DIRECTO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se tomará en cuenta la originalidad, el alcance y la efectividad del correo en papel enviado durante la temporada de precampaña, intercampaña o campaña.

182. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOCIODEMOSCÓPICO A TRAVÉS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce el trabajo de investigación sobre las orientaciones y la opinión pública social, elaborado mediante la aplicación de nuevas herramientas, métodos y técnicas de investigación tecnológica.

183. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL ON LINE (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la sociedad red, y la solución a la coyuntura en materia digital.

184. MEJOR IDENTIDAD GRAFICA ELECTORAL O DE GOBIERNO EN BILLBOARD O POST COMUNICATIVO PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán participa todo el material gráfico desplegado en billboards, post, historietas, dípticos, trípticos o volantes, que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

185. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Participarán por este premio las Apps creadas expreso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del candidato en la búsqueda de la obtención de voto.

186. MEJOR PUBLICIDAD DE CONTRASTE PARA WEB (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se calificará la originalidad, la creatividad y la penetración del mensaje lanzado a través de los diversos canales web con la finalidad de demeritar al rival.

187. MEJOR USO EN EL CORREO ELECTRÓNICO PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MAILING) (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el mensaje, la efectividad en números de correos recibido, abiertos, así como el diseño de este.

188. MEJOR USO DE PUBLICIDAD ELECTORAL HECHA PARA DISPOSITIVOS MÓVILES (MEDIANAS AUDIENCIAS)

No solo es un mensaje de texto o por WhatsApp, esta categoría tomará en cuenta que esta publicidad que este especialmente diseñada para usuarios de Smartphone. Como se implementó el alcance y efectividad de esta.

189. MEJOR USO DE TECNOLOGIA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor electoral que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en la campaña.

190. MEJOR USO DEL SMS O WHATSAPP EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se tomará en cuenta la plataforma con la que se trabajó, ya sea de propia creación o con el uso de terceros. Además del mensaje, el alcance y la efectividad de los mensajes de texto

191. MEJOR PÁGINA WEB DE DECISIÓN ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se premiará a la página web que es tomada como referencia por consultores y políticos durante el desarrollo de una contienda electoral con una fuerza tal que es capaz de cambiar el rumbo de la estrategia electoral o se utiliza como parte de esta a sabiendas de su repercusión y fuerza en el círculo rojo o ciudadano.

192. MEJOR MANEJO DE UN PARTIDO POLÍTICO O EQUIPO EN REDES SOCIALES EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

193. MEJOR MANEJO DE REDES SOCIALES PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

194. MEJOR MANEJO DE FACEBOOK EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

195. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Instagram, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

196. MEJOR MANEJO DE TWITTER EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Twitter, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

197. MEJOR MANEJO DE TIKTOK EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de TikTok, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

198. MEJOR SPOT ELECTORAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (MEDIANAS AUDIENCIAS).

Podrán participa todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

199. MEJOR SPOT ELECTORAL PARA INTERNET. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular, sin importar su duración.

200. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA ELECTORAL POR INTERNET DE MENOS DE 60" (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros cuya duración sea de menos de 60 segundos.

201. MEJOR VIDEO WEB CON CONTENIDO ELECTORAL PARA CAMPAÑA GUBERNATURA O SENADURÍA (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para una campaña electoral de candidatos presidenciales. Se calificará el mensaje, la producción y la



originalidad de este sin importar su tiempo de duración y sin que, por ello, puedan ser clasificados específicamente como spots.

202. MEJOR VIDEO CLIP PARA CAMPAÑA ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos musicalizados y que tengan una duración de más de 60 segundos. Se calificará el mensaje, la producción y la originalidad.

203. MEJOR “SNACKABLE” WEB VIDEO PARA PUBLICIDAD ELECTORAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se premiará al mejor video publicitario capaz de haber ofrecido pequeñas dosis de información dejando enganchado a los usuarios y que los dejaron hambrientos de contenidos y campañas similares en plataformas como Tik-Tok, Instagram etc.

MEDIANAS AUDIENCIAS DIGITALES DE GOBIERNO

204. MEJOR SITIO WEB PARA CAMPAÑA A GOBERNADOR O SENADOR (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el diseño, la originalidad, que sea intuitivo, fácil de navegar. Las métricas de visitantes ya sean locales, estatales y nacionales, además del tiempo en que abra por completo el sitio además de ser responsivo con dispositivos móviles.

205. MEJOR CAMPAÑA GUBERNAMENTAL ON LINE (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la estrategia trazada por el consultor o una empresa específica en los sitios web de un gobernante o gobierno, así como la correcta conducción del mensaje en otros sitios web por medio de notas periodísticas o anuncios publicitarios.

206. MEJOR PROTOCOLO DE CRISIS DIGITAL GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor o consultores para enfrentar y solucionar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico en materia digital, deberán especificar el origen de la coyuntura, su clímax y la solución de esta.

207. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL WEB (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía y que fue comunicada en plataformas digitales.

208. INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán participar todas las campañas electorales que hayan

utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y discurso; guion para spot y pautado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

209. MEJOR PÁGINA WEB DE GOBIERNO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el diseño, funcionabilidad, la transparencia y la experiencia del usuario del sitio web de un gobierno. Deberá tener el mapa del sitio, comentarios de la comunidad (sociedad red) y la interacción con redes sociales.

210. MEJOR USO DE TECNOLOGÍA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA DE GOBIERNO (MEDIANAS AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor social que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en programas de gobierno en beneficio de los ciudadanos.

211. MEJOR MANEJO DE UN GOBIERNO O DEPENDENCIA GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Tik-Tok y demás, son herramientas indispensables en el manejo comunicativo de un gobierno. Su efectividad e innovación serán premiadas en esta categoría.

212. MEJOR MANEJO DE FACEBOOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Facebook, su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

213. MEJOR MANEJO DE TWITTER DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Twitter su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

214. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Instagram, su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

215. MEJOR MANEJO DE TIKTOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE

GOBIERNO. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de TikTok su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

216. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Participaran por este premio las Apps creadas expreso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del gobernante en la búsqueda de la obtención de aprobación ciudadana. Estas podrán haber partido desde los gobiernos, grupos ciudadanos de apoyo, o las oficinas del mandatario o funcionario público con la intención de resolver problemas sociales o informar de manera correcta a la ciudadanía.

217. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (MEDIANAS AUDIENCIAS).

Podrán participa todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

218. MEJOR SPOT VIRAL DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL POR INTERNET. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de gobierno que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros.

219. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES. (MEDIANAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos videos que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Que haya tenido un impacto sobresaliente en redes sociales. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

PEQUEÑAS AUDIENCIAS GENERALES ELECTORALES

220. MEJOR ESTRATEGIA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia general de una campaña electoral sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video.



221. MEJOR HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Más allá de la aplicación, en una campaña electoral es común encontrar nuevos medios o instrumentos digitales que buscan simplificar la labor del candidato o su equipo a través de programas o sistemas. Estas novedades que marcan una pauta o tendencia serán reconocidas.

222. MEJOR CASA ENCUESTADORA (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a aquella empresa de medición de la opinión pública que a lo largo del período comprendido en la convocatoria demostró su profesionalismo y asertividad en no sólo un trabajo de sondeo, sino en todos los realizados ya sea en lo electoral o lo gubernamental, así como en su trabajo diario.

223. MEJOR USO DE CALL CENTER PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán participar todas las campañas electorales que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y discurso; guion para spot y pauta digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

224. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquí todas aquellas estrategias de comunicación que a decir de sus creadores y de manera integral lograron conectar con el votante de manera efectiva en una campaña de gubernatura, alcaldía o distrito.

225. MEJOR CAMPAÑA DE IDENTIDAD PARTIDISTA (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Participaran aquellos trabajos que en conjunto hayan apoyado a un partido a reforzar o crear su identidad con miras a un proceso electoral.

226. MEJOR CAMPAÑA PARA MEDIOS IMPRESOS (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que fue innovadora, emocional, equilibrada con el diseño y que causó un impacto positivo en el comportamiento electoral.

227. MEJOR CAMPAÑA DE FOMENTO AL VOTO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la campaña tanto de un partido político, gobierno, o de una institución electoral cuya campaña de fomento y a la participación ciudadana fuera ejemplar.

228. MEJOR CAMPAÑA DE CONTRASTE (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos a los mejores spots de radio y televisión o prints o campañas digitales que en lo individual o en lo colectivo hayan ayudado a la campaña general a establecer diferencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

229. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL EN BTL O ACTIVACIÓN (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá al trabajo realizado en donde se emplee el BTL en medios de difusión no convencionales que hayan tenido un impacto significativo en el electorado.

230. MEJOR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN APLICADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Esta categoría premiará la estrategia diseñada por un consultor o consultores cuya estrategia electoral tenga impactos positivos durante la campaña, aquí es importante el tiempo de campaña y las etapas de la misma, así como los productos o aplicaciones de la estrategia.

231. MEJOR ESTRATEGIA DE TIERRA PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán ser nominados grupos de campaña o personajes que a lo largo de ella supieron movilizar estructuras en territorios determinados a fin de apoyar a sus candidatos o partidos.

232. MEJOR CAMPAÑA DE REELECCION (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Competirán en este rubro todas aquellas campañas electorales que hayan tenido como finalidad lograr la reelección del mandatario en turno. Como ocurre en todas las categorías donde se utiliza la palabra “campaña”, será necesario que el postulante ponga a consideración del jurado tanto su estrategia, como sus spots, billboards, web, o actos realizados durante el periodo electoral. No es necesario que la campaña haya resultado ganadora.

233. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la opinión pública, será valorada para encontrar al ganador de esta categoría.

234. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa en específico. Se calificará el aporte de la encuesta durante la campaña y su paridad con el resultado final.

235. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

EN COMPOL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se trata de reconocer aquí lo acertado y profesional de un trabajo de medición cuantitativa exclusivamente. Se calificará la metodología y el modelo utilizado para dicho estudio.

236. MEJOR ESTUDIO CUALITATIVO O CON COMPONENTE CUALITATIVO PROPIETARIO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce aquellos trabajos de investigación que mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación cualitativa aportan algo novedoso para la comprensión y explicación de un contexto social. Se tomará en cuenta la metodología de la investigación, la hipótesis y todas las variables consideradas para el desarrollo del trabajo de investigación.

237. MEJOR PROGRAMA DE ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá al mejor programa (Televisión /Radio / Video Blog / Podcast) dedicado al análisis de la Comunicación Política.

238. MEJOR IMAGEN GRÁFICA EN CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Esta categoría premiaremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para transmitir la identidad, los valores y las aspiraciones de un candidato para su reconocimiento efectivo durante una campaña electoral.

239. MEJOR PIEZA GRÁFICA ELECTORAL EN VÍA PÚBLICA (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativo, emocional y que fue generó simpatía por el candidato o partido político.

240. MEJOR CORTOMETRAJE / LARGOMETRAJE DE CAMPAÑA ELECTORAL O DE GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, el mensaje de una campaña electoral. Se valorará la creatividad, innovación y producción, así como que el mensaje a transmitir sea claro y contenga un buen storytelling.

241. MEJOR SPOT TELEVISIVO O WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Competirán todos aquellos anuncios o spots de audio y video con los cuales el equipo de campaña o los estrategas buscaron persuadir a la ciudadanía para que votaran de nueva cuenta por quien buscaba su reelección.

242. MEJOR SPOT O SERIE POLÍTICA ELECTORAL ANIMADO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Participarán aquellos despachos que hayan creado un spot



animado con la intención de fomentar el voto o encausar el apoyo a un candidato o partido político determinado. En esta categoría no importa la duración ni el formato que se utilizó para crear la animación.

243. MEJOR SPOT ELECTORAL CENSURADO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un período determinado de la campaña, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

244. MEJOR SPOT DE CONTRASTE (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos al mejor spot de televisión que hayan ayudado a la campaña general a establecer diferencias entre uno y otro partido o candidato. Se calificarán aquí creatividad, mensaje, estrategia, y producción.

245. MEJOR SPOT DE MÁS DE 60" CAMPAÑA ELECTORAL. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Que tenga una duración de más de 60 segundo.

246. MEJOR SPOT DE MENOS DE 30" EN CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. **Todo plasmado en menos de 30 segundos.**

247. MEJOR SPOT MENOS DE 60" EN CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

248. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría la producción, creatividad, originalidad, y claridad en el mensaje con el cual se apoyó una campaña en pos de un cargo público. No importa en este caso el tiempo de duración de la pieza.

249. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Esta categoría está orientada a reconocer el talento desple-

gado por el consultor o una empresa específica en la creación de un jingle que se destacó en campaña ayudando al reconocimiento del candidato.

250. MEJOR SPOT ELECTORAL O DE GOBIERNO QUE NUNCA VIO LA LUZ (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Pieza de video para una campaña electoral que no fue publicada o transmitida por ningún medio de comunicación, redes sociales, portales de video etc.

251. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o partidos políticos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante el votante.

PEQUEÑAS AUDIENCIAS GENERALES DE GOBIERNO

252. ESTRATEGIA GUBERNAMENTAL DEL AÑO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría serán nominados todos aquellos consultores que se encargaron de diseñar la estrategia de una campaña de gobierno sin que sea tomada en cuenta su participación o no en la producción o dirección del material gráfico, de audio o de video. Gracias a su trabajo, este gobierno tiene un rumbo comunicativo.

253. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL A GUBERNATURA/ DEPARTAMENTO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquí todas aquellas estrategias de comunicación que a decir de sus creadores y de manera integral lograron conectar con el votante de manera efectiva en una campaña a gobernador o al senado, entendiendo que el presupuesto y atención que la misma tiene es única.

254. MEJOR MANEJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL Y / O GUBERNAMENTAL. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá a la persona o equipo de trabajo que mejor manejo de medios hayan tenido durante una campaña electoral o de gobierno, cuyo resultado impactó de forma positiva en la opinión pública.

255. MEJOR MANEJO DE CRISIS GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor para enfrentar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico.

256. MEJOR CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Esta categoría premiará la estrategia diseñada por un equipo

de trabajo de gobierno o de un consultor que haya tenido un impacto positivo en la percepción de los ciudadanos. Esta categoría es integral, debe tener todas las aplicaciones donde la estrategia se implementó.

257. MEJOR CAMPAÑA DE INFORME DE GOBIERNO, EVENTO ESPECIAL, O PRESENTACIÓN DE PROYECTO (ALCALDÍAS, DIPUTACIONES) (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría reconoceremos a toda aquella campaña especializada en fortalecer la imagen de un gobierno o gobernante tras un año de trabajo. Será tomado en cuenta todo el material gráfico, de audio y de video que emane de dicha campaña, así como el acto específico de informe en lo referente a su organización, desarrollo y producción.

258. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN SOCIAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía.

259. MEJOR CAMPAÑA DE PREVENCIÓN Y/O PROTECCIÓN CIVIL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Campaña que informó el que hacer ante posibles desastres naturales, o que ayudó a cambiar el comportamiento de la sociedad después de un acontecimiento natural

260. MEJOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Categoría que reconoce el trabajo de una campaña de promoción turística de una ciudad, un estado o un país a través de diversos medios de comunicación.

261. MEJOR CAMPAÑA PARA MEDIOS IMPRESOS GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Categoría que premiará a la inserción o inserciones en medios impresos que, por su innovación y diseño, causó un impacto positivo entre los ciudadanos.

262. MEJOR FOTOGRAFÍA POLÍTICA A UN CANDIDATO O ALCALDE/ DIPUTADO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el trabajo fotográfico, la calidad y el manejo de la imagen de un político en una campaña electoral o en funciones de gobierno.

263. MEJOR PROYECTO DE IMAGEN PÚBLICA O RELACIONES PUBLICAS APLICADA A GOBIERNO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Bajo la premisa de que en política no hay segundas oportunidades para una primera impresión, decidimos implementar este reconocimiento a aquellos profesionales que han logrado con su trabajo ayudar a sostener o mejorar la imagen de un político, gobernante o candidato ante la población.

264. MEJOR IMAGEN O IDENTIDAD GRÁFICA GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)



En esta categoría reconoceremos aquellas piezas de representación gráfica diseñadas por consultores o una empresa específica para un gobierno. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, la autenticidad y efectividad de la transmisión de la identidad del gobierno a través de su imagen gráfica.

265. MEJOR PIEZA GRÁFICA EN VÍA PÚBLICA EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Imagen, cartel, espectacular o billboard que en vía pública fue innovadora, provocativa, emocional y que fue generó empatía ciudadana con el gobierno en turno.

266. MEJOR SERIE O SERIE GUBERNAMENTAL ANIMADA. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Participarán aquellos despachos que hayan creado una serie animada con la intención de apoyar la comunicación gubernamental ya sea por medio de spots, series o trabajos de comunicación interna o institucional hacia el exterior con un fin determinado.

267. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Categoría en la cual, el spot que por su mensaje, contenido y producción fue re- producido, compartido en redes sociales, páginas de internet y aplicaciones en donde la sociedad se sintió identificada con éste promocional.

268. MEJOR SPOT DE GOBIERNO QUE NUNCA VIO LA LUZ. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Contrario a los spots que no vieron la luz, estos aparecieron al aire en un periodo de- terminado de la campaña de gobierno, pero las instituciones electorales, el partido propio, el contrario, o hasta el candidato, decidieron o solicitaron darlo de baja y quitarlo de pautado antes del tiempo establecido.

269. MEJOR SPOT DE TV DE MÁS 60" EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí aquellas piezas de video que lograron transmitir de manera correcta, y hasta artística el mensaje de una campaña. La academia y el jurado valorarán aquí la creatividad, innovación y producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

270. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE MENOS DE 60". (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos en esta categoría a las piezas de video que lograron transmitir de manera correcta el mensaje de una campaña gubernamental. La academia y el jurado valorarán la creatividad, la innovación y la producción del spot. Todo plasmado en menos de 60 segundos.

271. MEJOR SPOT DE RADIO EN CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos audios que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

272. MEJOR JINGLE DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán ser inscritas aquí a las piezas de sonido que coadyuvaron al mayor reconocimiento o ubicación de un gobernante o ente de gobierno.

273. MEJOR SLOGAN DE CAMPAÑA DE GOBIERNO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría premiaremos aquellos consultores, empresas del ramo o gobiernos que lograron posicionar y aterrizar su estrategia y mensaje en una frase que los define e identifica de manera correcta ante sus gobernados.

PEQUEÑAS AUDIENCIAS DIGITALES ELECTORALES

274. MEJOR ESTRATEGIA DIGITAL ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia electoral exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos realizados para que la campaña haya tenido arraigo en el público seleccionado de hasta 1 millón 599,999 electores.

275. MEJOR ESTRATEGIA-APLICACION DIGITAL WEB PARA UNA CAMPAÑA DE REELECCION (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

El postulante deberá explicar o presentar la estrategia y aplicaciones que utilizo en las diversas redes sociales y en la web, para promover la reelección del candidato

276. MEJOR CAMPAÑA ELECTORAL ON LINE (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Será premiado aquel consultor o estrategia digital que haya sido el creador o implementador de una estrategia gubernamental o electoral exitosa en web y redes sociales a través de material y/o la correcta segmentación de productos.

277. MEJOR CAMPAÑA DE CORREO DIRECTO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se tomará en cuenta la originalidad, el alcance y la efectividad del correo en papel enviado durante la temporada de precampaña, intercampaña o campaña.

278. MEJOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOCIODEMOSCÓPICO A TRAVÉS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Categoría que reconoce el trabajo de investigación sobre las orientaciones y la opinión pública social, elaborado median-

te la aplicación de nuevas herramientas, métodos y técnicas de investigación tecnológica.

279. MEJOR MANEJO DE CRISIS ELECTORAL ON LINE (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Las decisiones tomadas por el consultor durante una campaña electoral para ayudar a su candidato a no caer en las encuestas a pesar de un problema fuerte desatado ante la sociedad red, y la solución a la coyuntura en materia digital.

280. MEJOR IDENTIDAD GRÁFICA ELECTORAL O DE GOBIERNO EN BILLBOARD O POST COMUNICATIVO PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán participar todo el material gráfico desplegado en billboards, post, historietas, dípticos, trípticos o volantes, que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

281. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Participarán por este premio las Apps creadas expreso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del candidato en la búsqueda de la obtención de voto.

282. MEJOR PUBLICIDAD DE CONTRASTE PARA WEB (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se calificará la originalidad, la creatividad y la penetración del mensaje lanzado a través de los diversos canales web con la finalidad de demeritar al rival.

283. MEJOR USO EN EL CORREO ELECTRÓNICO PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (MAILING) (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el mensaje, la efectividad en números de correos recibido, abiertos, así como el diseño de este.

284. MEJOR USO DE PUBLICIDAD ELECTORAL HECHA PARA DISPOSITIVOS MÓVILES (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

No solo es un mensaje de texto o por WhatsApp, esta categoría tomará en cuenta que esta publicidad que este especialmente diseñada para usuarios de Smartphone. Como se implementó el alcance y efectividad de esta.

285. MEJOR USO DE TECNOLOGIA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor electoral que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en la campaña.



286. MEJOR USO DEL SMS O WHATSAPP EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se tomará en cuenta la plataforma con la que se trabajó, ya sea de propia creación o con el uso de terceros. Además del mensaje, el alcance y la efectividad de los mensajes de texto

287. MEJOR PÁGINA WEB DE DECISIÓN ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se premiará a la página web que es tomada como referencia por consultores y políticos durante el desarrollo de una contienda electoral con una fuerza tal que es capaz de cambiar el rumbo de la estrategia electoral o se utiliza como parte de esta a sabiendas de su repercusión y fuerza en el círculo rojo o ciudadano.

288. MEJOR MANEJO DE UN PARTIDO POLÍTICO O EQUIPO EN REDES SOCIALES EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

289. MEJOR MANEJO DE REDES SOCIALES PARA UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, o demás redes sociales web durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

290. MEJOR MANEJO DE FACEBOOK EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Facebook, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

291. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Instagram, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

292. MEJOR MANEJO DE TWITTER EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de Twitter, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

293. MEJOR MANEJO DE TIKTOK EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí el manejo asertivo de TikTok, durante un proceso electoral determinado con algún partido o candidato en específico.

294. MEJOR SPOT ELECTORAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS).

Podrán participar todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

295. MEJOR SPOT ELECTORAL PARA INTERNET. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular, sin importar su duración.

296. MEJOR SPOT VIRAL EN CAMPAÑA ELECTORAL POR INTERNET DE MENOS DE 60” (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de elección popular que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros cuya duración sea de menos de 60 segundos.

297. MEJOR VIDEO WEB CON CONTENIDO ELECTORAL PARA CAMPAÑA EN ALCALDÍAS Y DIPUTACIONES (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para una campaña electoral de candidatos presidenciales. Se calificará el mensaje, la producción y la originalidad de este sin importar su tiempo de duración y sin que, por ello, puedan ser clasificados específicamente como spots.

298. MEJOR VIDEO CLIP PARA CAMPAÑA ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos musicalizados y que tengan una duración de más de 60 segundos. Se calificará el mensaje, la producción y la originalidad.

299. MEJOR “SNACKABLE” WEB VIDEO PARA PUBLICIDAD ELECTORAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se premiará al mejor video publicitario capaz de haber ofrecido pequeñas dosis de información dejando enganchado a los usuarios y que los dejaron hambrientos de contenidos y campañas similares en plataformas como Tik-Tok, Instagram etc.

PEQUEÑAS AUDIENCIAS DIGITALES DE GOBIERNO

300. MEJOR SITIO WEB PARA CAMPAÑA A ALCALDÍA O DIPUTACIÓN (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría se tomará en cuenta el diseño, la origi-

nalidad, que sea intuitivo, fácil de navegar. Las métricas de visitantes ya sean locales, estatales y nacionales, además del tiempo en que abra por completo el sitio además de ser responsivo con dispositivos móviles.

301. MEJOR CAMPAÑA GUBERNAMENTAL ON LINE (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos aquí la estrategia trazada por el consultor o una empresa específica en los sitios web de un gobernante o gobierno, así como la correcta conducción del mensaje en otros sitios web por medio de notas periodísticas o anuncios publicitarios.

302. MEJOR PROTOCOLO DE CRISIS DIGITAL GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Premiaremos las acciones emprendidas por el consultor o consultores para enfrentar y solucionar un problema específico que afecta la imagen y estabilidad de un gobierno específico en materia digital, deberán especificar el origen de la coyuntura, su clima y la solución de esta.

303. MEJOR CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN SOCIAL WEB (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Campaña que diversas formas de prevención del delito o que fomenten la conciencia social y la formación de ciudadanía y que fue comunicada en plataformas digitales.

304. INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán participar todas las campañas electorales que hayan utilizado inteligencia artificial en por lo menos un par de elementos que la conforman (spot y billboards; spots y discurso; guion para spot y pautado digital; etc). El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia artificial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

305. MEJOR PÁGINA WEB DE GOBIERNO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el diseño, funcionalidad, la transparencia y la experiencia del usuario del sitio web de un gobierno. Deberá tener el mapa del sitio, comentarios de la comunidad (sociedad red) y la interacción con redes sociales.

306. MEJOR USO DE TECNOLOGIA MÓVIL EN UNA CAMPAÑA DE GOBIERNO (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

El uso de antropología digital, comportamiento y humor social que hayan sido recabados por una tecnología digital y que los datos de estos sistemas hayan sido de utilidad en programas de gobierno en beneficio de los ciudadanos.

307. MEJOR MANEJO DE UN GOBIERNO O DEPENDENCIA GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Tik-Tok y demás, son



herramientas indispensables en el manejo comunicativo de un gobierno. Su efectividad e innovación serán premiadas en esta categoría.

308. MEJOR MANEJO DE FACEBOOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Facebook, su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

309. MEJOR MANEJO DE TWITTER DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Twitter su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

310. MEJOR MANEJO DE INSTAGRAM DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de Instagram, su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

311. MEJOR MANEJO DE TIKTOK DE UN PERSONAJE POLÍTICO EN FUNCIONES DE GOBIERNO. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Se reconocerá el manejo de TikTok su programación, la interactividad con la sociedad red, el uso de las herramientas digitales para informar, entretener y generar empatía al gobierno y los personajes que lo encabezan.

312. MEJOR APLICACIÓN O INNOVACIÓN DIGITAL IMPLEMENTADA A UNA CAMPAÑA GUBERNAMENTAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Participaran por este premio las Apps creadas expreso para fortalecer las campañas digitales o trabajo del gobernante en la búsqueda de la obtención de aprobación ciudadana. Estas podrán haber partido desde los gobiernos, grupos ciudadanos de apoyo, o las oficinas del mandatario o funcionario público con la intención de resolver problemas sociales o informar de manera correcta a la ciudadanía.

313. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL DE TV O WEB PRODUCIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL (PEQUEÑAS AUDIENCIAS).

Podrán participa todos los spots de tv, redes o web que hayan sido producidos a través de cualquier programa de inteligencia artificial, sin importar la duración del mismo. El postulante deberá explicar qué se hizo en inteligencia arti-

ficial, así como el programa, app o software utilizado para llegar al fin.

314. MEJOR SPOT VIRAL DE CAMPAÑA GUBERNAMENTAL POR INTERNET. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

En esta categoría entrarán todos aquellos videos realizados específicamente para internet dentro del marco de una campaña de gobierno que se volvieron icónicos gracias a un gran número de visitas de internautas que además lo compartieron a otros.

315. MEJOR SPOT GUBERNAMENTAL EN REDES SOCIALES. (PEQUEÑAS AUDIENCIAS)

Podrán inscribirse aquellos videos que, con originalidad, excelente producción y creatividad coadyuvaron a llevar un mensaje correcto de campaña a los gobernados. Que haya tenido un impacto sobresaliente en redes sociales. Esta categoría tampoco impone tiempos específicos de duración del spot.

CATEGORÍAS ACADÉMICAS

CONTRIBUCIONES ACADÉMICAS Y DE FORMACIÓN EN MARKETING ELECTORAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA GUBERNAMENTAL

ATENCIÓN: Estas categorías tienen como finalidad reconocer a aquellas personas u organismos que están haciendo algo para fortalecer la gerencia política desde el punto de vista académico.

316. MEJOR LIBRO O MANUAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Publicación que, por su contenido, sirva para profesionalizar el trabajo en las campañas electorales; además de aportar nuevos elementos académicos a la comunicación política.

317. MEJOR PROYECTO ACADÉMICO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA (TESIS, TESINA, ARTÍCULO ACADÉMICO O CAPSTONE)

Categoría que reconoce la tesis de maestría o doctorado, cuya investigación aporte algo novedoso a la consultoría política y al estudio de la opinión pública o al marketing electoral. Se tomará en cuenta la metodología de la investigación, los resultados de las hipótesis, además de la Institución educativa.

318. MEJOR PROYECTO ACADÉMICO DIGITAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Categoría que reconoce los seminarios de comunicación política profesionalizante por la vía web, dentro de ellos: webinars o diplomados que se impartieron utilizando la comunicación digital.

319. MEJOR ESCUELA O FACULTAD DE COMUNICACIÓN POLÍTICA, OPINIÓN PÚBLICA Y MARKETING ELECTORAL

Se reconocerá a la institución educativa que esté formando nuevos consultores políticos, profesionales en comunicación política y expertos en Opinión Pública. Se tomará en cuenta su plan de estudios, personal docente e instalaciones.

***Es importante especificar, que la estatuilla sólo se entregará a quienes acudan a la ceremonia de premiación para recibirla. De lo contrario, el ganador sí aparecerá en nuestro listado, pero deberá ponerse en contacto con el grupo organizador para hacer el pago por su estatuilla.**



REED LATINO AWARDS'24

www.reedlatino.com