

FDA

Premios FDA 2025

Premiaremos Anunciante del año, Agencia del año y el Grand Prix.

El Shortlist se hará de manera virtual por un jurado multidisciplinario y los metales serán evaluados de forma presencial por el Gran Jurado internacional.

Mucha suerte y espero verte festejar.

A continuación se mencionan las categorías que estarán este año para los concursantes a los premios FDA. Es de suma importancia tomar en cuenta que si se desea inscribir la misma pieza a diferentes categorías se debe de subir pieza por pieza a las diferentes categorías. Al subir las piezas a la plataforma de Zealous usted está dando automáticamente autorización para que dichas piezas se puedan utilizar en videos, imágenes y campañas del Festival de Antigua.

Categoría A:

Comunicación bastante tradicional

Esta es la categoría de siempre, en donde inscribimos lo más tradicional de la publicidad. Y por más que los “modernos” la critican, a muchos de nosotros todavía nos emociona un lindo comercial, una gráfica espectacular, una campaña integrada bien pensada, ideas de digital que de verdad funcionan o esa innovación en Medios que hace la diferencia.

Pero ojo, también agregamos alguna cosa nueva, como ideas que vengan de equipos sub 25 que compiten dentro de esta categoría.

A1. Audiovisual

Comerciales, material audiovisual para digital o para una pantalla en un ascensor, material para cines, etc. Si se prende una cámara o la animación está buenísima, dale. Eso sí, que no sea demasiado trucho. Mejor no presentes esa idea para la peluquería de tu primo porque vamos a aconsejar que no la voten bien.

A.1.2 Audiovisual bajo presupuesto

Un anexo de la anterior, pero para piezas donde la producción no superó los \$20.000. Piezas audiovisuales con material de stock, con fotos o con lo que tenías a mano y te sirvió para que esa gran idea no se quedara en el cajón.

A2. Print

Todo lo que se imprime y se paga para que la gente lo vea, entra en esta categoría. Puede ser material de diarios o revistas, pero también posts que estén buenísimos.

A3. Vía Pública

Todos vimos cientos de vallas vacías hace algún tiempo. Pero vía pública es mucho más que un formato. Queremos premiar las mejores ideas, ejecuciones, mensajes, que siguieron presentes en la calle.

A4. Contenido Digital

Esta es una categoría para ideas digitales. Queremos premiar esa cosa que logró que la gente se vinculara en digital con la marca. Y si querés, ponle todos los resultados que quieras al caso o al board, pero no les vamos a dar mucha importancia porque queremos premiar la estrategia y cómo la bajaste para que nadie se olvide nunca de eso.

A5. Radio

¡¡¡Qué linda categoría para lucirte!!! No hay excusas de presupuesto ni de cosas raras. Es sólo un copy espectacular y listo. Anímate y decile a tus clientes que te dejen experimentar. Ah, y si tenés un Jingle que esté de verdad bueno, que sea innovador, mandalo. Este festival no discrimina a la hora de premiar porque todos pasamos alguna vez por la angustia de escribir uno.

A6. PR

Empiezan las categorías en donde es difícil definir bien qué estamos esperando juzgar. La idea sería ver acciones o campañas que hayan “ganado” medios sin necesidad de invertir mucho. Proyectos en donde el boca a boca fue más importante que el plan de medios, ¿se entiende? Si no queda claro, nos llamas y lo hablamos.

A7. Direct

Simple, ideas de una marca hablándole directamente a su target. Y es mucho más que un lindo regalo llegando a la oficina de una persona, es una marca mirando a los ojos al cliente. Ya se, se te está ocurriendo esa idea que te parecía que no sabías dónde inscribir y ahora podés...

A8. Ideas Promo

Todos los años tenemos las mismas promos, que el back-to-school, que Navidad, que no sé qué.

Sin embargo, siempre algunas son mejores que otras. Esas ideas de mecánica, de cómo inventarse algo para que el consumidor se enganche, son las que queremos ver. Promos entretenidas, que conecten gente, que usen los medios de forma transversal, que sean tan inteligentes más allá de que el print no te quede tan bueno porque, en el último momento, tuviste que poner las bases en letra pequeña.

A9. Ideas Cross Media

Antes les llamábamos campañas multimedia, después Cannes se inventó el Titanium. Lo que queremos es que nos cuentes qué proyecto hiciste en el que por lo menos activaste 3 de las 9 subcategorías anteriores.

¿PR + Print + Media? Funciona. ¿TV + Vía Pública + Direct? Funciona.

A10. Jóvenes Creativos

Queremos premiar a cualquier pieza o idea que funcione en las subcategorías del 1 al 10, pero que haya sido creada, liderada y ejecutada por Sub 28.

Obvio que el Director Creativo o el Director de Cuentas pueden ser mayores, pero este premio es para los jóvenes que empujan desde abajo. Dale, ¡¡¡decile a tu jefe que inscriba esos posts que hiciste hace como 6 meses...!!!

Categoría B:

Crafting

Crafting (la forma festivalera de decir que está hecho lindo)

Esta categoría nace por la búsqueda de premiar el talento artístico individual o de un equipo. El requisito indispensable es haber realizado el trabajo a partir de un brief. Nos gusta celebrar la mirada artística colocada en función de un objetivo de negocio porque es muy diferente crear libremente que crear encasillado por un brief o contexto.

B1. Ilustración

Ilustraciones puestas al servicio de la comunicación. En cualquier plataforma, con diferentes objetivos y no necesariamente vinculadas a un medio. Creadas a pedido, cobradas y puestas ante los ojos de la gente.

B2. Fotografía

Como el B1, pero para fotos.

B3. Copy

El arte de escribir necesita volver a ser reconocido. O por lo menos eso es lo que creemos en el FDA y por eso queremos premiarlo. Y lo vamos a hacer ya sea para TV, un documental, una Gráfica o un Flyer.

B4. Innovación

Difícil de explicar qué queremos ver aquí. La idea es premiar una técnica que, puesta en función de un objetivo de comunicación, nunca se haya visto. Por ejemplo, una estatua hecha de pedazos de cajitas de comida rápida o una canción editada con sonidos de gotas de agua. Cosas raras, que requieren de un gran talento y sin embargo no tienen una subcategoría para ellas.

B5. Audio

¿Vieron que en los Oscars premian edición y diseño de sonido?, algo así es esta categoría pero no solo en cine. Más pensada para proyectos de estudios de audio o de técnicos en sonido, puede ser algo grabado o hasta proyectos en vivo para espectáculos, activaciones o conciertos.

B6. Impresión

Hay formas de imprimir que también merecen ser premiadas. Uso de tintas, materiales y otras cosas que hagan de un material normal, algo espectacular.

B7. Animación, Edición y Motion Graphics

Editores, creadores de contenido, animadores y todo el que quiera. Aquí vamos a celebrar el talento para editar o crear un modo diferente de hacer audiovisual.

Categoría C:

Entretenimiento

En esta categoría queremos premiar esas ideas que usan el entretenimiento para comunicar un mensaje, que quieren generar un vínculo con el espectador con base a la interacción, para que los valores de una marca o servicio se vean reflejados. El storytelling es clave, será parte importante del juicio a las piezas.

C1. Audiovisual

Una serie, una película, una telenovela con capítulos de 6 segundos, no importa. Queremos ver qué hiciste para entretenerte creando video y/o audio.

C2. Impresos

Lo mismo que el anterior, pero en impresos. Puede ser un libro, una revista, un catálogo o cualquier cosa. Por ejemplo, y de paso, aquí hay un par de ideas, podrías presentar aquí el rediseño de los folletos de seguridad de los aviones, si lo hicieras de una manera más entretenida, o un libro de cuentos para explicar los beneficios de un sistema de riego.

C3. Digital

Igual a C1 y C2 pero que sólo se haya utilizado soportes digitales para contar las historias. Y entendamos bien, por ejemplo Netflix no es digital, es Audiovisual. ¿Ok?

C4. Juegos

¿Cuántas veces le presentamos un juego a un cliente? Muchísimas, ¿no? Bueno, los que sí te aprobaron los podés inscribir aquí. Y no sólo en digital, pueden ser juegos más analógicos, como los de mi época.

C5. Programas de TV

Algo que se ha visto bastante son programas de TV creados por marcas. Es una forma de product placement mucho más creativa y, también, más riesgosa. Nos encantaría ver casos interesantes de esto.

C6. Activaciones

Categoría pensada para esos proyectos de BTL que intentan entretener a la gente mientras le “vendemos” algo. Stands, juegos, desarrollo de promos en tiempo real, un montón de otras ideas que desde siempre hemos desarrollado y que por fin, un festival está dispuesto a premiar.

Categoría D:

Experiencias de Marcas

En nuestro mundo cada vez es más difícil llamar la atención de la gente. Por eso, las marcas cada vez piensan en modos alternativos de hacerlo. Esta categoría premia esas ideas generadas por marcas que le dejan al consumidor algo más. Una anécdota, una aventura, un sabor, algo para contarle a los hijos o a tu esposo/a cuando llegas a casa por la noche.

D1. Punto de Venta

Ideas impactantes que transforman el lugar de compra en una experiencia única. Desde displays innovadores hasta activaciones que conectan con el shopper en el momento clave.

D2. Callejeras

Propuestas creativas que se apropian del espacio público para sorprender a la gente, generando interacciones memorables en su día a día.

D3. Digitales

Experiencias virtuales que utilizan las plataformas digitales para conectar a las marcas con su audiencia de manera efectiva y creativa.

D4. Visuales

Intervenciones donde la estética y el diseño toman protagonismo, dejando una impresión duradera en la mente del consumidor.

D5. En espacios propios

Activaciones que ocurren en los entornos de la marca, como tiendas, oficinas o eventos privados, diseñadas para fortalecer el vínculo con los visitantes.

D6. Lanzamientos

Estrategias pensadas para dar a conocer productos o servicios, donde la creatividad y la sorpresa son la clave para captar la atención de la audiencia.

Categoría E:

Responsabilidad Social Empresarial

En un año donde “Pandemia” fue la palabra más escuchada, los problemas del mundo pre Covid siguieron ahí y muchos de ellos más presentes que nunca. Esta es la categoría para esos mensajes y acciones de empresas que siguen pensando que la comunicación y las ideas, pueden generar grandes cambios en la sociedad. Ah! Si tiene que ver con Covid, no va acá, para eso está la nueva categoría especial Covid-19.

E1. Audiovisual

Comerciales, material audiovisual para digital o para una pantalla en un ascensor, material para cines, etc. Si se prende una cámara o la animación está buenísima, dale. Eso sí, que no sea demasiado trucho. Mejor no presentes esa idea para la peluquería de tu primo porque vamos a aconsejar que no la voten bien.

E1.2. Audiovisual bajo presupuesto

Un anexo de la anterior, pero para piezas donde la producción no superó los \$20.000. Piezas audiovisuales con material de stock, con fotos o con lo que tenías a mano y te sirvió para que esa gran idea no se quedará en el cajón.

E2. Print

Todo lo que se imprime y se paga para que la gente lo vea, entra en esta categoría. Puede ser material de diarios o revistas, pero también posts que estén buenísimos.

E3. Vía Pública

Vía pública es mucho más que un formato. Queremos premiar las mejores ideas, ejecuciones, mensajes, que estuvieron presentes en la calle.

E4. Contenido Digital

Esta es una categoría para ideas digitales.

Queremos premiar esa cosa que logró que la gente se vincula en digital con la marca. Y si querés, ponete todos los resultados que quieras al caso o al board, pero no les vamos a dar mucha importancia porque queremos premiar la estrategia y cómo la bajaste para que nadie se olvide nunca de eso.

E5. Radio

¡¡¡Qué linda categoría para lucirte!!! No hay excusas de presupuesto ni de cosas raras. Es sólo un copy espectacular y listo. Anímate y decile a tus clientes que te dejen experimentar. Ah, y si tenés un Jingle que esté de verdad bueno, que sea innovador, mandalo. Este festival no discrimina a la hora de premiar porque todos pasamos alguna vez por la angustia de escribir uno.

E6. PR

Empiezan las categorías en donde es difícil definir bien qué estamos esperando juzgar. La idea sería ver acciones o campañas que haya “ganado” medios sin necesidad de invertir mucho. Proyectos en donde el boca-a-boca fue más importante que el plan de medios, ¿se entiende? Si no queda claro, nos llamas y lo hablamos.

E7. Direct

Simple, ideas de una marca hablándole directamente a su target. Y es mucho más que una lindo regalo llegando a la oficina de una persona, es una marca mirando a los ojos al cliente. Ya sé, se te está ocurriendo esa idea que te parecía que no sabías dónde inscribir y ahora podés...

E8. Ideas Promo

Todos los años tenemos las mismas promos, que el back-to-school, que Navidad, que no sé qué. Sin embargo, siempre algunas son mejores que otras. Esas ideas de mecánica, de cómo inventarse algo para que el consumidor se enganche, son las que queremos ver. Promos entretenidas, que conecten gente, que usen los medios de forma transversal, que sean tan inteligentes más allá de que el print no te quede tan bueno porque, en el último momento, tuviste que poner las bases en letra pequeña.

E9. Ideas Cross Media

Antes les llamábamos campañas multimedia, después Cannes inventó el Titanium. Lo que queremos es que nos cuentes qué proyecto hiciste en el que por lo menos activaste 3 de las 8 subcategorías anteriores.

¿PR + Print + Media? Funciona. ¿TV + Vía Pública + Direct? Funciona.

E10. Jóvenes Creativos

Esto es algo que se nos ocurrió este año. Queremos premiar a cualquier pieza o idea que funcione en las subcategorías del 1 al 10, pero que haya sido creada, liderada y ejecutada por Sub 28.

Obvio que el Director Creativo o el Director de Cuentas pueden ser mayores, pero este premio es para los jóvenes que empujan desde abajo. Dale, ¡¡¡decile a tu jefe que inscriba esos posts que hiciste hace como 6 meses...!!!

Categoría F:

Innovación

Categoría muy amplia. La verdad, tiene muchas aristas y sobre todo para los más tradicionales, cuesta entenderla. Por eso vamos a buscar jurados que sepan de esto, que entiendan el UX y el trasfondo del negocio que lleva a justificar la innovación.

F1. App

Espacio reservado para los que logran imaginar, desarrollar y crear una App que, finalmente, el consumidor no solo la descarga, si no que la mantiene en su teléfono. Importante que la idea sea lo interesante, más allá del diseño, aunque si cumple con las dos cosas, seguro la valoraremos más. Así que...emprendedor, pichón de Jobs y/o empresa innovadora, esta es una buena opción para hacerte conocer.

F2. Digital

Digital es un mundo que cambia segundo a segundo, por eso queremos buscar esas ideas de uso innovador del mundo digital. Lo que sea, si está en una plataforma web, o de red social o de app, vale.

Siempre al servicio de una marca o servicio, siempre haciéndole la vida más fácil a la gente.

F3. Media

Los medios tradicionales cada vez son más tradicionales, por eso queremos premiar ideas de innovación de medios, de usos diferentes. Siempre pensando en TV, Radio, Print, OOH o todo lo que hacemos siempre.

Pregúntate cuando tengas la idea si realmente nunca se usó el medio de esa manera, y si la respuesta es "Sí", inscribirlo, seguro le va bien en el Festival

F4: Punto de Venta

Diferenciarse en la góndola cada vez se hace más importante. Por eso, queremos premiar esas ideas que lo logran, que hacen que la marca sobresale entre todas. Iniciativas de Shopper, diseño de muebles o de materiales de comunicación, etc. Si pasa en el punto de venta, pasa en estos premios.

F5. Empaques

Diseñar un empaque puede hacer una gran diferencia. Pensado en Diseñadores Industriales se nos ocurrió crear esta categoría. Una que premia el pensamiento, la funcionalidad y sobre todo la experiencia del producto en función del usuario.

F6. Producto

En este mundo tan competitivo, muchas veces la diferenciación viene del mismo diseño de producto.

Esta sección premia estas ideas, las que hacen que un agua sea diferente a otra desde la misma definición, o que un chocolate aporte un valor desde su creación, que lo hacen único.

F7. Proyecto de Emprendimiento en etapa de gestación (start-ups)

Grandes creativos que están fuera de agencias son esos emprendedores que están diseñando su empresa como nadie nunca pensó. Son emprendimientos en gestación, con menos de un año de creados y menos de 5 empleados. Esos proyectos que todavía están buscando fondos de inversión o el espacio para crecer, pero cuando alguien te los cuenta decís “qué buena idea, por qué no se me ocurrió a mí”

Categoría G:

Branding

Definir Branding es complicado. Es mucho más que un sistema gráfico, porque también es el conjunto de experiencias sensoriales que hacen que una marca se sienta de determinada manera. Se hace en las agencias, pero se hace mucho mejor en estudios de diseño, en compañías de activaciones, etc.

G1. Imagen Corporativa

Aquí queremos ver, manuales de marca. Esas 70 páginas que marcan todo. Obvio que no sé si lo vamos a revisar todo, por eso te pedimos que nos hagas un resumen. Pura imagen, en donde se determina todo lo gráfico, y más, que una marca debe y puede hacer.

G2. Logos

Simplemente, el logo de una marca o empresa. Eso sí, no lo envíes solo, queremos ver la inspiración, el racional, de dónde viene y hasta dónde puede llegar. Que se vea lindo, pero que sobre todo, tenga sentido.

G3. Design

Muchas veces, en un manual de marca hay una ejecución realmente innovadora. Puede ser la decisión sobre la señalética, sobre el diseño de un espacio o cómo creamos algo en función de lo que la marca quiere comunicar.

Es una categoría difícil de entender, lo sabemos, pero también es una categoría en donde todo puede ser inscrito si realmente el diseño es la idea central.

G4. Diseño de Espacios

Viste cuando entrás a una tienda o café ¿y algo te pasa? Esa es la marca hablando. Esta categoría es para eso, para que Arquitectos, Diseñadores de interiores, diseñadores y agencias puedan inscribir ese bar o restaurante, ese café o simplemente, ese lounge en un aeropuerto que diseñaron pensando en lo que la marca quiere hacer sentir a sus consumidores.

G5. Empaques

Hermosa categoría, llena de casos increíbles de marcas que a través de sus empaques, lograron diferenciación. Seguro, en tu trabajo tenés muchos de estos casos, mandalos, los queremos ver y premiar.

G6. Digital

Digital se ha convertido en una de los espacios en donde las marcas se comunican con más asiduidad con sus consumidores. En este ítem, queremos ver el diseño, la funcionalidad... en resumen la creatividad puesta al servicio del mundo digital para generar buenas experiencias. Puede ser el diseño de la página pero también, puede ser cualquier otra experiencia digital.

G7. Mobile

Igual que G6, pero pensado para Mobile.

G8. Calendarios

Todos los años llega el mismo brief en julio: Diseño de Calendarios. Y no siempre le ponemos mucha cabeza a eso, digamos la verdad. Para esos héroes que sí lo hacen, es esta categoría. Dale, si lo hiciste diferente, mandame tu trabajo y si de verdad está bueno, se llevan un Oro (o un Plata o un Bronce o un Shortlist o la emoción de haber participado, je)

Categoría H:

Efectividad

Dicen que las buenas ideas son las que más venden. En esta categoría buscamos confirmar esto.

Pero no sólo buenas ideas de comunicación, sino también al desarrollar el plan de mercadeo, el diseño de producto o la estrategia de comunicación. Buenas ideas que vengan de los departamentos de mercadeo o de las agencias.

H1. Estrategia de Marketing

Antes de comunicar, hay una estrategia. Nacida de la investigación, co creada en el planning y desarrollada por mercadeo, queremos ver y premiar esos casos de éxito, que basados en grandes descubrimientos e ideas, cambiaron la historia de una marca o servicio.

H2. Plan de Influencia

Es una parte específica de H1 pero de estos tiempos modernos. Estos planes de influencia que hacen que, casi sin darnos cuenta, el mensaje se meta en la cabeza de la gente.

H3. PR Tradicional

El boca a boca y la influencia análoga, quizás la estrategia de mercado más efectiva y a su vez, de las más difíciles de controlar, tiene su espacio en el Festival de Antigua. Queremos escuchar cómo lo hiciste, cómo llevaste esos valores de la marca hasta el consumidor activando influencia e información en el mismo sentido.

H4. Estrategia de Shopper

El punto de venta, ese espacio cada vez más disputado, logra día a día más relevancia.

Y en ese lugar, también aparecen estrategias e ideas que hacen la diferencia y que merecen su reconocimiento.

H5. Lanzamientos

Como H1 pero específicamente orientado a lanzamientos de productos o servicios. Es como una subcategoría en donde evaluaremos cómo algo nuevo se presenta por primera vez en el mercado.

Categoría I:

Creative Data

Un espacio para aquellos proyectos de comunicación que nacen del análisis de la data. Acciones de comunicación de todo tipo, inspiradas en data propietaria o pública.

I1. Estrategia basada en Data

Estrategias creativas donde los datos y su interpretación, fueron fundamentales para el éxito de la campaña.

I2: Data targeting

Aquí la segmentación y la personalización son la clave del éxito. Proyectos que aprovechan la segmentación avanzada y el uso inteligente de datos para hablarle a la audiencia correcta en el momento indicado.

I3: Uso de Data en tiempo real

Aquí van las campañas que explotaron con éxito los datos en tiempo real. Iniciativas que logran adaptar mensajes o estrategias en tiempo real, respondiendo a eventos, comportamientos o tendencias con agilidad e impacto.

Categoría J:

MEDIA

Hoy que prácticamente todo puede ser un medio, queremos premiar el uso innovador del mismo. No alcanza un saliente en un mupi, acá priorizaremos buenas estrategias junto con ejecuciones impactantes y relevantes según su contexto. Una categoría para que Agencias y Centrales de Medios brillen gracias a sus ideas y ejecuciones.

J1. ATL/BTL

Ideas innovadoras que combinan medios masivos y tácticos para crear una comunicación impactante, que conecta con la audiencia desde múltiples puntos de contacto.

J2. DIGITAL/PHYGITAL

Proyectos que integran lo digital con lo físico, generando experiencias híbridas donde la tecnología y lo tangible trabajan juntos para sorprender y conectar.

Categoría K:

Categoría especial para Guatemala

Por tercer año consecutivo, Guatemala tendrá su propia categoría y premiación. En esta categoría exclusiva para el país, participan todas esas ideas/campañas que muchos de nosotros tal vez vimos durante el año y se destacaron. Ideas/campañas cercanas a la gente (no de publicistas para publicistas).

Es importante que inscribas en esta categoría tu pieza, ya que NO participa de forma automática si la inscribes solo en las anteriores.