

DESACHATE

ROUND 36



READY TO RUMBLE



REGLAMENTO
FESTIVAL



REGLAMENTO FESTIVAL

EL DESACHATE ES EL PRINCIPAL FESTIVAL CREATIVO DE LA PUBLICIDAD URUGUAYA. CON MÁS DE 35 AÑOS DE HISTORIA, RECONOCE LAS IDEAS Y PROMUEVE EL INTERCAMBIO CREATIVO. EN ESTE ROUND 36, VUELVE A PONER EN VALOR CADA PELEA QUE UNA IDEA DA HASTA SALIR A LA LUZ.

DESACHATE

ROUND
36



JUZGAMIENTO

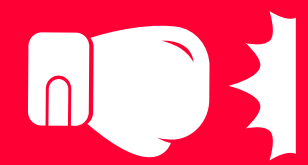
┃ JURADO

Cuatro jurados, cuatro presidentes.

El Desachate 36 tendrá un jurado compuesto por 4 figuras internacionales que presidirán distintas categorías asignadas según su perfil.

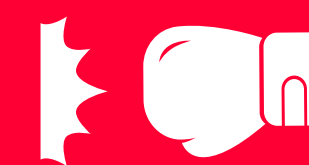


**REGLAMENTO
FESTIVAL**



PROCESO DE INSCRIPCIÓN Y

ELECCIONES DE GANADORES



Se podrán inscribir todos los trabajos emitidos o publicados entre el 10 de mayo de 2025 y el 30 de abril de 2026.

Habrá un límite de 4 categorías a las que podrá inscribirse una misma pieza o campaña. El jurado deberá juzgar cada pieza de acuerdo únicamente a su mérito e impacto en la categoría inscrita. Si se considera que la pieza tiene más potencial en otra categoría podrá ser recategorizada.

El jurado será extranjero y estará compuesto por 4 figuras relevantes de la industria. Para el Festival, serán 4 “presidentes” del jurado. Cada uno de ellos será responsable de un grupo de categorías en las que, solamente a los efectos de definir votaciones empatadas, tendrá un voto doble.



**REGLAMENTO
FESTIVAL**



REGLAMENTO FESTIVAL

En primera instancia, el jurado determinará una lista de finalistas en cada una de las categorías. Para ser finalista, una inscripción deberá alcanzar mayoría simple.

En una segunda instancia, el jurado determinará los ganadores de los Baleros de Bronce, Plata y Oro.

Los premios serán anunciados en la ceremonia a realizarse la noche de la premiación.

Se podrán entregar hasta un máximo de 1 Balero de Oro, 2 Baleros de Plata y 3 Baleros de Bronce por categoría. Y sumarán puntos un máximo de 10 finalistas por agencia.

Una categoría podrá quedar desierta si el jurado así lo considera, al igual que los Baleros Especiales de Redacción y Arte.

DESACHATE

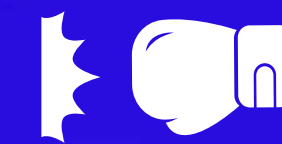
ROUND
36

PREMIO	PUNTOS	OBSERVACIONES
Finalista	1	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Una misma agencia puede sumar un máximo de 10 puntos en finalistas.
Balero especial	2	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Aplica a Redacción y Arte. ➔ El jurado podrá dejar desiertos estos premios. En caso de premiar, se hará a un único trabajo.
Bronce	3	
Plata	5	
Oro	8	
Idea del Año	10	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Los 10 puntos son adicionales a los 8 puntos obtenidos por el Balero de Oro. ➔ Participan todas las ideas que alcancen el Balero de Oro, exceptuando la categoría “Bien Público”. ➔ El jurado no podrá dejar desierto este premio y se otorgará a un único trabajo.





AGENCIA DEL AÑO



La suma de todos estos puntajes definirá la Agencia del Año y el Ranking de Agencias. Para consagrarse Agencia del Año, deberá haber obtenido al menos 1 Balero de Oro. En caso de empate, el reconocimiento será compartido, entregando más de un premio a Agencia del Año.



DESACHATE

ROUND
36



REGLAMENTO
FESTIVAL



CATEGORÍAS



1. FILM PIEZA

Ideas audiovisuales creadas para televisión, cine o plataformas online.

2. FILM CAMPAÑA

La campaña consta de un mínimo de 3 y un máximo de 8 piezas independientes, bajo un mismo concepto creativo. Una reducción o adaptación no se considera como pieza.

3. GRÁFICA

Ideas pensadas como imágenes fijas en formato impreso o digital.

4. GRÁFICA CAMPAÑA

La campaña consta de un mínimo de 3 y un máximo de 8 piezas independientes, bajo un mismo concepto creativo. Una adaptación no se considera como pieza.



5. AUDIO

Ideas desarrolladas para las radios o plataformas de audio.

6. AUDIO CAMPAÑA

La campaña consta de un mínimo de 3 y un máximo de 8 piezas independientes, bajo un mismo concepto creativo. Una reducción o adaptación no se considera como pieza.

7. VÍA PÚBLICA

Ideas creadas para espacios públicos, tanto outdoor como indoor. Participan imágenes fijas, impresas o digitales, e imágenes en movimiento pensadas para formatos estándar de vía pública.

8. AMBIENT

Acciones y eventos en la vía pública que buscan una experiencia para el público objetivo. Deben generar una participación del público a través de la interacción con la marca o como espectador.



9. CONTENIDO

Ideas creadas para entretener y comunicar el mensaje de una marca de forma no invasiva. Puede ser para plataformas audiovisuales, gráficas, de audio, digitales o sociales.

10. DIGITAL Y SOCIAL

Ideas creadas para su uso en las redes sociales, aplicaciones, gaming, e-commerce, y toda idea que requiera plataformas digitales para alcanzar su potencialidad.

11. DISEÑO

Ideas que demuestran cómo el diseño, sea cual sea su forma (gráfico, digital, de sonido, etc), se ha utilizado para construir una identidad de marca, un producto, una experiencia y/o comunicar el mensaje de una marca.

12. MKT DIRECTO Y PROMO

Piezas creadas con el fin de llegar al público objetivo de manera directa o promocional.



13. SPORTS

Ideas vinculadas al ámbito deportivo y a las marcas que aprovechan las oportunidades que los eventos deportivos les brindan para comunicar o promocionarse.

14. PR

Ideas con el potencial de ser amplificadas principalmente en medios ganados o canales propios para comunicar credibilidad, concientización, reputación y que relacionen a la marca de manera positiva con sus consumidores o la sociedad en general.

15. MEDIA

Ideas cuya creatividad proponga un uso innovador y no convencional de los medios y su contexto.

16. INNOVACIÓN

Piezas donde la esencia de la idea esté en la innovación, sea a través de un desarrollo tecnológico, uso creativo de la data o de la IA, o cualquier otra forma que pueda ser considerada innovadora.



17. CAMPAÑAS INTEGRADAS

Ideas que implementen una campaña integrada usando múltiples medios (mínimo 4 medios diferentes), que se enriquezcan mutuamente y potencien la comunicación de la marca o producto.

18. BIEN PÚBLICO

Piezas realizadas para fundaciones, ONG's y otras organizaciones sin fines de lucro. Las piezas y campañas que cumplan con alguna de estas condiciones no podrán ser elegidas como idea del año ni estar inscriptas en ninguna otra categoría con excepción de las comprendidas en la sección Premios a la Producción o categorías técnicas, pero sí sumarán puntos para la Agencia del Año y el Ranking de Agencias.

Esta categoría no incluye los trabajos de Responsabilidad Social Empresarial realizados para anunciantes que también comunican con otro tipo de objetivos a lo largo del año.



19. INTERIOR

En esta sección participan todas las ideas realizadas por empresas y/o profesionales con sede en Uruguay y fuera de Montevideo, independientemente del medio para el que hayan sido creadas.

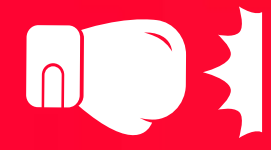
Se distinguen dos categorías.

- 1. MEJOR PIEZA DEL INTERIOR.**
- 2. MEJOR CAMPAÑA DEL INTERIOR**

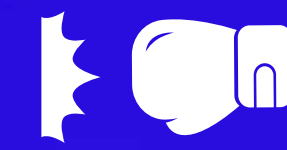
(mínimo de 3 piezas y máximo de 8, bajo un mismo concepto creativo).

Las piezas inscriptas en esta categoría no quedan excluidas de ser inscriptas en el resto de las categorías del festival.





RECONOCIMIENTOS **ESPECIALES**



El jurado tiene la posibilidad de otorgar un Balero Especial para las agencias y sus profesionales en las categorías “Arte” y “Redacción”, así como destacar al “Mejor Anunciante”.



DESACHATE

**ROUND
36**



**REGLAMENTO
FESTIVAL**



BALERO ESPECIAL DE REDACCIÓN

Busca reconocer el trabajo de las agencias, pero fundamentalmente de los profesionales de las áreas de Dirección Creativa y Redacción que, con su esfuerzo y dedicación, lograron la calidad que distingue a uno de sus trabajos transformándolo en una pieza única.

Participan todos los trabajos inscriptos en el festival y se premiará a las personas de las agencias que aparecen nombradas en la ficha dentro del campo de “Redacción”, junto con quienes hayan ejercido la Dirección Creativa.





BALERO ESPECIAL DE ARTE

Busca reconocer el trabajo de profesionales de las áreas de Dirección de Arte, Diseño e Ilustración que, con su esfuerzo y dedicación, lograron la calidad que distingue a uno de sus trabajos transformándolo en una pieza única.

Participan todos los trabajos inscriptos en el festival y se premiará a las personas de las agencias que aparecen nombradas en la ficha dentro del campo de “Arte”, junto con quienes hayan ejercido la Dirección Creativa.





BALERO ESPECIAL DEL ANUNCIANTE

El Balero Especial del anunciante será entregado al anunciante más premiado, es decir con mayor cantidad de puntos, excluyendo a los participantes de “Bien Público”. En caso de que hubiese un empate la decisión queda a criterio del jurado.

Se premiará al anunciante pero también se reconocerá a las personas que aparecen mencionadas en la ficha dentro del campo “Responsable por el cliente”.

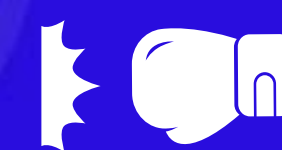
Además, el jurado tendrá la posibilidad de otorgar una Mención Especial al anunciante más destacado.

Esta mención no necesariamente responderá a una sumatoria de puntos, sino a la apuesta del anunciante por una comunicación distinta, desachataada.





INSCRIPCIONES



- Ningún material puede tener ningún tipo de identificación de la agencia o productora que lo creó.
- Los casos no podrán exceder los 2 minutos de duración, a excepción de las categorías Campañas Integradas y Contenidos cuyos casos podrán llegar a los 4 minutos.
- Las piezas, en caso de ser enviadas como material único y sin el contexto que brindan los casos, pueden ser presentadas con las duraciones con las que hayan sido emitidas. Incluso si estas superan los límites aplicados a los casos.

VIDEO:

MP4/H.264

1280 × 720 píxeles

Tamaño máx. 100 MB

AUDIO:

MP3

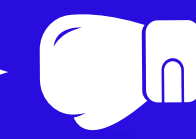
IMAGEN:

JPG

1800 × 1440 píxeles



DENUNCIAS Y RECLAMOS



El Círculo Uruguayo de la Publicidad faculta al jurado a definir las cuestiones que sean planteadas por participantes del Festival, así como a descalificar piezas inscriptas.

Cualquier pieza ostensiblemente ofensiva o degradante quedará fuera de la competencia. Esto incluye piezas o campañas cuyo contenido sugiera violencia o discriminación ya sea por razón de origen étnico, nacionalidad, religión, género, orientación sexual, condición física o mental, o que atenten contra la dignidad de la persona.



🗣️ CÓDIGO DE ÉTICA Y BUENAS PRÁCTICAS 🗣️

Quienes integren el jurado deberán operar por un código de ética que prohíbe expresamente la divulgación de los intercambios producidos a lo largo de la deliberación, ya sean propios o de terceros, así como también los resultados previo a la premiación, operar en favor de piezas por intereses propios y todo acto de discriminación respecto a las demás personas del jurado.

El clima de respeto y convivencia es condición fundamental para el trabajo del jurado.

Todo el jurado tendrá acceso a las buenas prácticas que promueve el festival en cuanto a evitar la publicidad sexista y la que potencialmente dañe los derechos de niños, niñas y adolescentes.



TARIFAS **FESTIVAL 2026**

Primer período (tarifas bonificadas): **9 al 16 de abril.**

PIEZAS : \$5.500* **CAMPAÑAS : \$10.000***



Segundo período: del **24 al 30 de abril.**

PIEZAS : \$6.600* **CAMPAÑAS : \$12.000***

*Se mantienen los precios de la edición anterior.

DESACHATE

ROUND 36



READY TO RUMBLE



REGLAMENTO
FESTIVAL