

## **IABC Premios “Gold Quill”**

*Convocatoria a Concursar 2012*

[www.iabc.com/gq](http://www.iabc.com/gq)

### **Acerca de IABC**

La IABC es la Asociación Internacional de Comunicadores Profesionales (“International Association of Business Communicators”, por su traducción en inglés). IABC es una red global de comunicadores comprometidos con el mejoramiento de la efectividad organizacional a través de la comunicación estratégica. Se estableció en 1970 y sirve a más de 15,000 miembros en 90 países. Para más información visite la página de internet: [www.iabc.com](http://www.iabc.com).

### **Contenido**

Mensaje del Presidente

Información sobre los premios

Fechas límite y cuotas de inscripción

¿Cómo participar?

Categorías

Reglas para participar

## Mensaje del Presidente

El estándar dorado

Los Premios Gold Quill® de la IABC reconocen a los mejores comunicadores estratégicos del mundo. ¿Crees estar en este nivel?

Pocos elementos tienen tanto atractivo como el oro. Desde que se tiene memoria, hombres y mujeres lo han buscado, comerciado y hasta intentado convertir otros metales en él. El oro se ha transformado en arte y en moneda de cambio, y de hecho nos conecta en un intrincado circuito electrónico en los diferentes aparatos tecnológicos que usamos a diario. Si se lo das a un artesano, de un gramo de oro puede lograrse una lámina de un metro cuadrado; si lo comprimes puede volverse tan delgado que logres ver a través de él, y de hecho ha sido usado de esta forma para proteger los ojos de los astronautas. El oro nos ha llevado a La Luna.

El oro es también una de las grandes ambiciones internacionales –hasta mediados del Siglo XX, la mayoría de las monedas del mundo han tenido su fundamento en él. El estándar dorado se ha convertido en la divisa básica de intercambio, en la garantía firme del valor de las transacciones económicas.

Para los comunicadores, el oro también representa un estándar internacional –a través de los Premios Pluma de Oro (Gold Quill Awards) de la IABC. Con los Gold Quill reconocemos a aquellos que se atreven a llegar más lejos, a conectarse más profundamente, y que logran, gracias a ello, generar impactos más significativos en los públicos que han sido llamados a influenciar con su labor comunicativa. Por más de cuarenta años, la IABC ha mostrado al mundo el valor de aquellos que se convierten en un parteaguas para la profesión y que lideran con la mejor comunicación, la más estratégica y la más efectiva.

Lo que hace únicos a los Premios Gold Quill es su naturaleza multidisciplinaria –así como hay infinitas aplicaciones para el oro, las hay para la comunicación. Los Gold Quill premian a lo mejor en la administración de la comunicación, en la evidencia de habilidades comunicativas y en la creatividad, a través de 27 categorías, tanto para comunicadores profesionales como estudiantes. Desde proyectos de comunicación interna, o dirigidos a públicos externos, relaciones con gobierno o consumidores, asuntos de recursos humanos o relativos a la mercadotecnia y el branding, publicaciones, redacción de documentos o redes sociales, cada faceta de la comunicación es valorada y celebrada. El punto de encuentro de todas las aplicaciones de la comunicación es la búsqueda de la excelencia.

Si haces una búsqueda en Internet acerca del oro, encontrarás seguramente muchas posibles ideas: Si actúas más allá de todo reproche, dirán que “tienes corazón de oro”. Si tratas a otros tan bien como esperas que te traten a ti, dirán que vives de acuerdo con la Regla Dorada. Mi frase favorita sobre el oro es de Ralph Waldo Emerson, quien dice que *“El deseo del oro no es por él en sí mismo. Sino por el significado de libertad y gracia que trae consigo”*. Ganar un Gold Quill significa alcanzar un pináculo profesional: ser reconocido por tus colegas como uno de los mejores del mundo.

Te invito a probar que alcanzas el estándar dorado de los comunicadores. Las docenas de voluntarios que trabajarán incansablemente como mentores, jueces o coordinadores de cada aspecto en la logística del programa Gold Quill 2012 esperan tu respuesta favorable a esta *Convocatoria a Concurrir*. Esperosaludarte en Chicago en Junio de 2012 para disfrutar contigo de tu momento dorado al ser reconocido como uno de los mejores comunicadores del mundo.

Dave Meyer  
Presidente, 2012 IABC Gold Quill Awards  
Presidente, BizzyWeb

## Información sobre los premios

Por más de cuatro décadas, los Premios Gold Quill (Pluma de Oro) han reconocido todos los aspectos del trabajo de los comunicadores profesionales de todo el mundo, desde escribir y diseñar hasta la planeación y ejecución de la comunicación estratégica.

Los Premios Gold Quill de la IABC reconocen proyectos de comunicación grandes o pequeños, que pueden provenir de departamentos corporativos, agencias o de profesionales individuales. Algunos con presupuestos grandes y otros reducidos. Pero, de manera general, un proyecto ganador del Premio Gold Quill es uno que:

- Demuestre un pensamiento estratégico a través del establecimiento de objetivos claros que promueva el logro de metas empresariales y que evidencie comprensión sobre sus públicos.
- Contribuya a dar valor y obtener beneficios cuantificables para su organización a través de una comunicación estratégica, creativa y efectiva.
- Mida los resultados obtenidos por el programa de comunicación para comprobar que sus metas se han alcanzado de manera exitosa.

Los ganadores son elegidos por un jurado conformado por colegas de su profesión, quienes utilizan un método de evaluación que se ha probado y mejorado sistemáticamente a lo largo de los años.

Los ganadores del Premio Gold Quill reciben:

- Un galardón Gold Quill personalizado.
- Reconocimiento en la gala de los Gold Quill, durante la Conferencia Mundial 2012 de la IABC que se llevará a cabo en Junio en Chicago, Illinois.
- Descuento de 50% en el boleto de acompañante para la cena -gala opcional- y la ceremonia de premiación.
- Distinción en la revista de la IABC, "*Communication World*" en la edición de Julio/Agosto.
- Mención personal (nombre de la persona y de la empresa) en la página de internet de la IABC.
- Consideración de su trabajo para ser publicado en los materiales de actualización de IABC.

## Fechas límite y cuotas de inscripción

Todos los trabajos y pagos deberán de ser **recibidos en mano** (no el fechado del sello postal) en las fechas límite. Verifique que su trabajo sea enviado oportunamente al coordinador correspondiente y considere el tiempo necesario para que llegue –especialmente si el destinatario se encuentra en otro país.

Cuando se envíe desde una frontera internacional, revise con anticipación los derechos de aduana que será necesario cubrir (los coordinadores no pagarán ningún cargo por el envío) y considere un tiempo extra para el envío. Marque “*Valor no comercial*” (“No Commercial Value”) en la declaración de aduana de los documentos que se exporten.

<b>Primera fecha límite: 27 de Enero de 2012</b>	<b>Última Fecha Límite: 10 de Febrero de 2012</b>
<b>Miembro</b> —USD \$225 ( <i>Doscientos veinticinco dólares</i> )	<b>Miembro</b> — USD \$325 ( <i>Trescientos veinticinco dólares</i> )
<b>No-miembro</b> —USD \$325 ( <i>Trescientos veinticinco dólares</i> )	<b>No-miembro</b> — USD \$425 ( <i>Cuatrocientos veinticinco dólares</i> )
<b>Regístrame como miembro de IABC y participar</b> — USD \$525 ( <i>Quinientos veinticinco dólares</i> )	<b>Regístrame como miembro de IABC y participar</b> — USD \$625 ( <i>Seiscientos veinticinco dólares</i> )

### Afíliase a IABC y participe

Ahorre dinero con la tarifa de “Regístrame como miembro de IABC y participar”. Este importe aplica para prospectos e incluye la membresía por un año en el capítulo, distrito/región y nivel internacional, así como el costo de participar en los Premios Gold Quill. Para obtener más información sobre los beneficios que ofrece la membresía de IABC, llame a las oficinas centrales de IABC al teléfono gratuito 800.776.4222; al +1 415.544.4700 fuera de los E.U.A. y Canadá, o visite la página: <http://www.iabc.com/membershipinfo>.

## ¿Cómo participar?

### Paso 1: Redacte su plan de trabajo.

Los proyectos deben de estar escritos en computadora y cumplir con los siguientes estándares de formato:

- Tamaño mínimo de letra de 10 puntos
- Formato de una columna sencilla (párrafo), con un mínimo de margen de media pulgada (Equivalente a 1.3 cm.) en todos los lados
- Papel de dimensiones de 8.5 x 11 pulgadas (Es decir, tamaño A4 o su equivalente de 21 x 29.7 cm.).

Asegúrese de que su proyecto se ajuste al límite de páginas de acuerdo a la división a la que se registrará:

	<b>División</b>	<b>Máximo de páginas del plan de trabajo</b>	<b>Puntaje/calificación</b>
1	Administración de la Comunicación	4 páginas	50% Plan de Trabajo; 50% Muestra de Trabajo
2	Habilidades de Comunicación	3 páginas	40% Plan de Trabajo; 60% Muestra de Trabajo
3	Comunicación Creativa	2 páginas	25% Plan de Trabajo; 75% Muestra de Trabajo

Enliste la siguiente información al principio de su Plan de Trabajo (no en una hoja por separado):

- Organización del cliente o agencia externa (sólo si es el caso)
- El período de tiempo del proyecto — Especifique cuando se llevó a cabo o tuvo lugar el proyecto de comunicación
- Breve descripción — Provee una descripción de uno o dos enunciados sobre su proyecto

Asegúrese de incluir una copia electrónica de su Plan de Trabajo en el proyecto.

Su proyecto deberá de estar dividido de acuerdo a los siguientes sub-encabezados:

<b>Para la División 1: Administración de la Comunicación y División 2: Habilidades de Comunicación</b>	<b>Para la División 3: Comunicación Creativa</b>
1. Necesidad / Oportunidad.	1. Resumen del Proyecto
2. Público(s) clave (s)/ Stakeholders	2. Público(s) clave (s)/ Stakeholders
3. Metas y Objetivos	3. Objetivos
4. Visión general de la Solución	4. Estrategia de Mensajes o Temas Claves
5. Implementación y Retos	5. Racional Creativo
6. Medición / Evaluación de los Resultados	6. Medición / Evaluación de los Resultados

Utilice la información del sitio de los Premios Gold Quill para maximizar sus oportunidades de ganar.

### Paso 2: Prepare su Muestra de Trabajo

La Muestra de Trabajo representa la evidencia del proyecto realizado. Son los documentos o productos de comunicación que resultan de sus esfuerzos de investigación, implementación o medición. Una muestra de trabajo puede incluir análisis de datos, resúmenes de investigación,

DVD's, publicaciones, trabajos de diseño, series de documentos escritos, fotografías, programas de computadora, documentación de medición de resultados, etcétera. También puede incluir productos tales como guiones, resúmenes ejecutivos sobre resultados de investigaciones, muestras de cobertura en prensa, etcétera. Su Muestra de Trabajo deberá representar el alcance del trabajo que se ha descrito en el Plan de Trabajo.

Por favor revise las reglas y especificaciones de la Muestra de trabajo en el sitio <http://www.iabc.com/awards/gq/rules/>. Los proyectos que no cumplan con las especificaciones pueden ser descalificados.

### **Paso 3: Complete la forma de registro y envíe su pago**

Llene la forma de registro y envíe su pago por Internet en <http://www.iabc.com/awards/gq/enter/>. Recibirá una confirmación por correo electrónico, la cual es su comprobante de pago, del cual deberá enviar una copia, junto con su proyecto de trabajo.

El prepago es necesario. **No incluya su pago (dinero ni cheque) con el proyecto.**

- **Nombre del participante** — Únicamente deberá escribir un nombre. El nombre de la persona que fue el responsable principal del desarrollo, administración y ejecución del proyecto de trabajo. El nombre del participante inscrito en la forma de registro deberá coincidir con el nombre especificado en el plan de trabajo. Si existiera algún incumplimiento, se descalificará automáticamente. Si usted ganara un Premio Gold Quill, IABC se pondría en contacto con usted, vía correo electrónico, para preguntarle si desea agregar algún otro nombre al reconocimiento.
- **Organización del cliente o agencia externa** — Si el trabajo que registra no fue realizado para su organización o empresa, escriba el nombre de la organización o empresa a la que representa el proyecto o para quien fue realizado. Si usted ya no está afiliado o ya no trabaja en dicha empresa, o si usted es un asesor externo de la misma (ej. Agencia o consultor independiente), deberá incluir en el proyecto, la autorización -por escrito en hoja membretada o vía correo electrónico- de dicha empresa para participar.

### **Paso 4: Envíe su proyecto al coordinador de categoría correspondiente antes de la fecha límite.**

No se olvide de enviar con suficiente anticipación su proyecto para que le llegue al coordinador correspondiente antes de la fecha límite. Deberá de considerar una anticipación mayor para la entrega internacional, ya sea por correo o mensajería, incluyendo los derechos de aduana. Para obtener una lista de coordinadores de categoría, región o por idioma y sus direcciones, visite la página: <http://www.iabc.com/awards/gq/coordinators>.

Si usted reside en Asia, el Pacífico, Europa/Medio Este o en Regiones de África, o si usted está registrando algún proyecto en idioma Español, Francés o Ruso, por favor envíe su proyecto al respectivo coordinador regional o según su idioma.

Para registros enviados desde fuera de Estados Unidos, asegúrese de indicar en el formato de envío que el valor del paquete es de USD \$1 (Un dólar) y que lo que se está enviando son documentos de negocios. Si usted desea asignar un valor al paquete, marque la opción en el formato indicando que los impuestos deberán de ser cobrados al remitente. Si no lo hace de esta manera, su trabajo podría ser descalificado.

No serán aceptados los Planes de Trabajo o las Muestras de Trabajo que se envíen vía fax o por correo electrónico. Los proyectos recibidos en la oficina central de IABC serán descalificados y no habrá reembolsos.

Para recibir ayuda para la elaboración de su registro, visite la página: [www.iabc.com/awards/gq](http://www.iabc.com/awards/gq) o llame a las oficinas centrales de IABC a nivel mundial al teléfono 800.776.4222 (llamada gratuita) o al teléfono +1 415.544.4700 fuera de los E.U.A. y Canadá.

**¿Necesita ayuda con la preparación de su proyecto?** Para incrementar sus posibilidades de ganar puede solicitar a la IABC un mentor o asesor de los Premios Gold Quill. Obtenga más información en la página: [www.iabc.com/gq](http://www.iabc.com/gq).

## Categorías

En el programa de los Premios Gold Quill (Pluma de Oro) existen 27 categorías agrupadas en tres divisiones: Administración de la Comunicación, Habilidades de Comunicación y Comunicación Creativa.

### **Elija de Manera Cuidadosa su Categoría**

Elegir la categoría correcta es un paso fundamental para lograr el éxito en su participación. Si no está seguro, por favor póngase en contacto con el coordinador de la categoría más relacionada con su proyecto. (Visite: <http://www.iabc.com/awards/gq/coordinators> para obtener la lista de Coordinadores)

Las categorías ayudan a los jueces a calificar y valorar su proyecto según los objetivos para los cuales fue realizado. Si su trabajo es claramente registrado bajo una categoría errónea, podrá ser descalificado y la cuota de inscripción no será reembolsada. Los jueces reconocen que algunos trabajos pueden considerarse para varias categorías y en esos casos podrán ser más flexibles.

### **Categorías Múltiples**

Usted podrá proponer el mismo proyecto o partes de su trabajo, en diferentes categorías. Sin embargo, deberá de crear un Plan de Trabajo distinto para cada una de las inscripciones (por ejemplo: no escriba un Plan de Trabajo y lo entregue en más de una categoría). Usted puede registrar la cantidad de trabajos que desee, sólo recuerde que la cuota de inscripción es por cada uno de los trabajos registrados.

Revise la lista de categorías que se presentan a continuación y seleccione la (s) que sea (n) más adecuada (s) para su proyecto.

### **División 1: Administración de la Comunicación**

La División de la Administración de la Comunicación incluye proyectos, programas y campañas que son guiadas y definidas por una estrategia de comunicación. Los participantes deberán demostrar el rango completo de las habilidades de planeación y administración, tales como investigación, análisis, diseño estratégico, implementación táctica, así como medición y evaluación de resultados.

Nota: Los elementos individuales de un programa, tales como publicaciones, sitios de internet o páginas de intranet y boletines informativos, pueden ser registrados en las divisiones de Habilidades de Comunicación o Comunicación Creativa.

#### **Categoría 1 Relaciones con entidades de Gobierno**

Esta categoría es para programas de comunicación con agencias gubernamentales o para públicos internos que desempeñan un rol que impacta de alguna forma las relaciones gubernamentales de la empresa en que laboran.

#### **Categoría 2 Relaciones con la Comunidad**

Esta categoría es para programas de comunicación enfocados en la (s) comunidad (es) de una organización. Incluye trabajos realizados por organizaciones sin fines de lucro y sus voluntarios.

#### **Categoría 3 Relaciones con el Cliente o Consumidor**

Esta categoría es para programas de comunicación enfocados en los clientes o consumidores de una organización, incluyendo la administración de las relaciones con el cliente y la investigación de mercados.

#### **Categoría 4 Comunicaciones Internacionales**

Esta categoría es para programas de comunicación enfocados en públicos internacionales, incluyendo consumidores multinacionales y organizaciones internacionales, así como programas realizados por organizaciones multinacionales (tales como la Unión Europea o MERCOSUR).

#### **Categoría 5 Relaciones con los Medios de Comunicación y la Prensa**

Esta categoría es para programas de comunicación de empresas u organizaciones que utilizan a los medios de comunicación como el principal canal o vía para alcanzar y llegar a sus público clave.

#### **Categoría 6 Comunicación con Múltiples Públicos**

Esta categoría es para programas de comunicación dirigidos a más de un público - interno o externo.

#### **Categoría 7 Comunicación de apoyo a la Mercadotecnia**

Esta categoría es para programas de comunicación que apoya las actividades de mercadotecnia diseñadas para la promoción de productos o servicios hacia públicos externos.

#### **Categoría 8 Comunicación para la administración de asuntos especiales o de situaciones de crisis**

Esta categoría es para programas de comunicación que buscan atender o dirigir tendencias, asuntos públicos y/o actitudes que tienen un impacto significativo en la organización, tales como relaciones laborales, fusiones, adquisiciones, normas de conducta y el medio ambiente. O bien, atender la respuesta comunicativa de una empresa u organización que enfrenta una situación de crisis. Puede estar enfocado en públicos internos o externos.

#### **Categoría 9 Comunicación dirigida a los Empleados de una Empresa u Organización**

Esta categoría es para programas de comunicación dirigidos a los empleados y/o colaboradores de una empresa o institución. Incluye programas que están enfocados en informar, crear conciencia sobre un tema, influir en la opinión o en los cambios de comportamiento, o aquellos dirigidos a la gestión de la comunicación, la ética, la moral, la cultura interna o la administración de programas de cambio organizacional.

#### **Categoría 10 Comunicación de programas de Recursos Humanos o de prestaciones**

Esta categoría es para programas de comunicación dirigidos a empleados, cuya temática está relacionada con temas como la calidad de vida en el trabajo, el bienestar social, ahorros y pensiones, prestaciones y otras compensaciones, o bien, para los procesos de reclutamiento, inducción o retención de sus colaboradores.

#### **Categoría 11 Procesos de Comunicación Estratégica**

Esta categoría es para proyectos de comunicación que proponen y desarrollan nuevos enfoques hacia la comunicación por parte de una empresa u organización. Estos pueden incluir auditorías de marca y cultura organizacional, análisis de clima comunicacional, uso de herramientas de investigación de mercados para el conocimiento de públicos internos y mercados de la organización, evaluación comparativa (benchmarking), entre otros. Esta categoría también incluye programas de capacitación o actualización que promuevan la mejora de los procesos de comunicación dentro de una organización o de ésta con alguno de sus públicos clave.

#### **Categoría 12 Comunicación de Marca**

Esta categoría incluye estrategias de “branding” para el lanzamiento de marcas nuevas y para el reposicionamiento de marcas existentes. Los ganadores de esta categoría demuestran que el uso de investigación para proponer cambios a la comunicación de las marcas. Los programas pueden

incluir: arquitectura de marca, cambios en la identidad organizacional o el diseño de soluciones que muestran la atención a los retos que enfrenta la comunicación de la marca.

### **Categoría 13 Eventos Especiales – Internos o Externos**

Esta categoría incluye el diseño y ejecución de un evento que marque una ocasión significativa y que da soporte a las metas de una organización. Ejemplos: Un aniversario, una inauguración, el lanzamiento de un producto, una exhibición, una conferencia, un evento para clientes o un evento de reconocimiento a empleados. Asimismo, incluye la comunicación realizada para la promoción y divulgación de los resultados de la actividad.

### **Categoría 14 Responsabilidad Social**

Esta categoría incluye programas dirigidos a comunidades, agencias de recaudación de fondos o realizados en conjunto con entidades de gobierno. Estos programas se preocupan por el desarrollo sustentable o por asuntos económicos, sociales o ambientales. Incluyen programas de apoyo a causas de interés internacional, conciencia pública y social, responsabilidad social empresarial, revitalización económica, preservación cultural, promoción de la educación, alfabetización, salud, empleo; reducción de la pobreza; protección para indígenas y patrimonios, etcétera.

Los proyectos de esta categoría pueden incluir, por ejemplo, programas de entretenimiento educacional, utilizados en lugares donde un solo medio de comunicación (por ejemplo radio o televisión) puede ser la única forma para transmitir mensajes de cambio social dirigidos a una población grande.

### **Categoría 15 Comunicaciones en diferentes idiomas (o dialectos)**

Esta categoría incluye programas de comunicación dirigidos a públicos bilingües y/o multilingües, incluyendo a las personas que hablan un idioma sin ser su idioma natal.

### **Categoría 16 Comunicación Electrónica y Digital**

Esta categoría incluye programas de comunicación basados en soluciones de comunicación mediada por computadora, producidos para públicos internos o externos. Estos programas utilizan principalmente producciones electrónicas para la generación de herramientas tales como boletines de información electrónicos, reportes anuales electrónicos, sitios o portales de Internet y portales intranet, juegos interactivos, entre otros. Esta categoría incluye el desarrollo de contenidos al cual el público puede tener acceso vía Internet. Por favor, considere de manera cuidadosa si su programa encaja en esta categoría o en la categoría 17, Medios de Comunicación Social.

### **Categoría 17 Medios de Comunicación Social**

Estos programas de comunicación abarcan la implementación de un rango de nuevas herramientas y prácticas que permiten que individuos y grupos colaboren y compartan sus conocimientos y experiencias en línea. Estas herramientas y prácticas tienen la intención de involucrar en conversaciones a la audiencia (ya sea interna o externa), provocar en ellos lealtad hacia una marca u organización, en lugar de la mera difusión de información.

Las herramientas y técnicas elegibles actualmente, incluyen (pero no está limitado a):

- Plataformas habilitadas para el desarrollo de conversaciones (blogs, podcasts, etc.)
- Redes Sociales (LinkedIn, Facebook, MySpace, Dopplr, etc.)
- Redes de contenido democratizado (Digg, wikis, tablero de mensajes, etc.)
- Redes presenciales/microblogging (Twitter, Jaiku, Pownce, etc.)
- Sitios para compartir contenidos (YouTube, Flickr, Del.icio.us, etc.)
- Plataformas de redes virtuales (Second Life, There.com, etc.)

Si tiene alguna duda sobre si su proyecto califica para esta categoría, por favor contacte vía correo electrónico al Presidente de los Premios Gold Quill: [recognition@iabc.com](mailto:recognition@iabc.com).

## **División 2: Habilidades de Comunicación**

La División de Habilidades de Comunicación incluye piezas de comunicación (publicaciones, anuncios, sitios o portales de internet, boletines de información, etc.) que exhiban habilidades técnicas tales como edición, escritura y diseño. Adicionalmente, para obtener el grado de excelencia, el participante debe demostrar creatividad basada en el conocimiento de sus públicos clave, que le permite determinar la relevancia, utilidad y accesibilidad de las soluciones, así como la medición de resultados y la alineación de éstos con las metas de la organización.

*Nota: Un producto comunicativo individual puede ser registrado como parte de un programa completo en alguna categoría de la división de Administración de la Comunicación.*

### **Categoría 18 Comunicación Electrónica y Digital**

Esta categoría incluye proyectos de comunicación basados en la computadora, que principalmente utilizan herramientas electrónicas de producción y/o entrega y que pueden ser producidos para públicos internos o externos. Esta categoría incluye contenido publicado al cual tiene acceso el público vía Internet. Esto incluye:

- Boletines de información electrónicos
- Reportes anuales electrónicos
- Sitios, portales o páginas de internet
- Portales intranet

### **Categoría 19 Audiovisual**

Los proyectos de esta categoría utilizan audio, video, películas, diapositivas, Cd's o alguna combinación de éstos. Algunos ejemplos incluyen:

- Programas de Video
- Programas únicamente con Audio
- Programas con diapositivas y audio
- Películas

### **Categoría 20 Publicaciones**

Incluye publicaciones internas o externas en todo tipo de formatos, con excepción del formato electrónico. Esto incluye:

- Revistas (de un solo color o más)
- Periódicos
- "Megapapers" (Publicación de noticias / tabloides)
- Boletines informativos
- Reportes anuales
- Publicaciones especiales

### **Categoría 21 Documentos Escritos**

Esta categoría engloba material original escrito para un proyecto específico de comunicación. Esto incluye:

- Perfiles de personalidad
- Crónicas y/o columnas recurrentes
- Crónicas únicas
- Editoriales
- Textos publicitarios

- Artículos interpretativos/explicativos
- Noticias y reportajes
- Discursos
- Guiones
- Boletines de prensa
- Materiales promocionales de venta y mercadotecnia
- Documentos con escritos técnicos
- Documentos escritos para distribución en línea/vía internet (Ej. White papers)

### **División 3: Comunicación Creativa**

La división de Comunicación Creativa incluye proyectos que exponen el talento creativo y en diseño, evidenciado al realizar trabajos de comunicación. También están incluidos en esta división los proyectos de rediseño. el participante debe demostrar una comunicación gráfica efectiva y creatividad basada en el conocimiento de sus públicos clave, que le permite determinar la relevancia, utilidad y accesibilidad de las soluciones, así como la medición de resultados y la alineación de éstos con las metas de la organización.

*Nota: Un producto comunicativo individual puede ser registrado como parte de un programa completo en alguna categoría de la división de Administración de la Comunicación.*

#### **Categoría 22 Diseño de Publicaciones**

Esta categoría es para reconocer el diseño de publicaciones internas o externas en todo tipo de formatos, incluyendo el formato electrónico. Esto incluye:

- Revistas (de un solo color o más)
- Periódicos
- “Megapapers” / tabloides
- Boletines informativos
- Reportes anuales
- Folletos
- Boletines informativos electrónicos

#### **Categoría 23 Otros Diseños Gráficos**

Esta categoría es para proyectos que involucran la creación de la identidad de una marca empresarial u otro proyecto gráfico donde el diseño es la función principal de comunicación. Incluye: caricaturas, dibujos, ilustraciones, pinturas, collage, montajes, móviles, invitaciones, signos especiales, etcétera, que aparecen en:

- Cubiertas de Libros y Revistas
- Posters, displays, tablero de anuncios, etc
- Materiales distintivos organizacionales (logos, etc.)
- Etiquetas y empaques de productos
- Mercadotecnia directa (correos electrónicos directos, regalos personalizados, etc.)
- Materiales 3D (playeras, etc.)

#### **Categoría 24 Diseño de Medios de Comunicación Interactivos**

El diseño de elementos pertenecientes a los medios de comunicación de forma electrónica. Productos interactivos utilizados en la computadora. Esto incluye:

- Diseño de sitios, portales y páginas de Internet
- Diseño de sitios de Intranet
- CD-ROM o DVD
- Juegos de video

- E-cards o tarjetas electrónicas, anuncios en banners, botones, anuncios pop-ups, etc.

### **Categoría 25 Exteriores/3-D**

Estos productos comunicativos están diseñados para públicos masivos y deben ser colocados en exteriores. Algunos ejemplos serían:

- Carteleros
- Murales y esculturas públicas
- Posters en exteriores y en medios de transporte (para uso en paradas de autobuses, terminales del aeropuerto, espectaculares que cubren edificios, coches y camiones, etc.)
- Decoraciones, letreros en luz neón, toldos, mobiliario callejero, etc.

### **Categoría 26 Fotografía**

Fotografías originales creadas o encomendadas para un proyecto específico de comunicación. Esto incluye fotos sencillas y ensayos de fotografías.

### **Categoría 27 Publicidad (Medios Convencionales)**

Los participantes de esta categoría deben demostrar los usos creativos e innovadores de los medios convencionales y tradicionales de la publicidad. Esto incluye: Películas/TV, Radio e Impresos.

## Reglas para participar

Los proyectos deben cumplir con los lineamientos establecidos incluyendo las características del formato y la extensión del Plan de Trabajo y las correspondientes a la Muestra de Trabajo. Los proyectos que no cumplan pueden ser descalificados.

Los trabajos registrados pueden incluir trabajos elaborados y/o evaluados a partir de Enero de 2010 y el día de la inscripción en los Gold Quill 2012. Los trabajos ganadores en la competencia del año pasado no podrán ser reinscritos.

Los proyectos deben incluir material original en la Muestra de trabajo. No puede ser prestado, ni propiedad sindicada, ni que haya sido impreso previamente para uso comercial o que sea material ya existente.

Categorías múltiples: Usted podrá proponer el mismo proyecto o partes del mismo, en diferentes categorías. Sin embargo, deberá de crear un Plan de Trabajo distinto para cada inscripción, para ajustarse a los criterios de evaluación de los jueces de dicha categoría (por ejemplo: no escriba un Plan de Trabajo y lo entregue en más de una categoría). Usted podrá registrar la cantidad de trabajos que desee, sólo recuerde que la cuota de inscripción es por cada uno de los trabajos registrados y cada proyecto deberá incluir la documentación completa y la muestra de trabajo correspondiente.

Ningún material será devuelto y todos los trabajos y proyectos se convertirán en propiedad de IABC.

IABC se reserva el derecho de utilizar algún proyecto para publicarlo o con propósitos de publicidad y de demostración, a reserva de alguna notificación expresa por parte del participante.

Los jueces pueden cambiar de categoría un proyecto si lo consideran pertinente.

Los premios son otorgados a discreción de los jueces y las decisiones de los jueces son irrevocables.

Si una agencia o conculoría desea inscribir un proyecto en representación de los clientes, debe incluir la autorización por escrito de los mismos. Los proyectos que no incluyan la autorización corren el riesgo de ser descalificados. Es aceptable entregar una copia de una carta de permiso enviada vía correo electrónico al participante, firmada por los clientes y/o los demás participantes claves.

Los proyectos deben ser consistentes con el Código de Ética de IABC, el cual está disponible en la página: <http://www.iabc.com/about/codespa.htm> o llamando a la oficina central de IABC al teléfono 800.776.4222 o fuera de E.U.A. y Canadá al teléfono +1 415.544.4700.

No está permitido inscribir trabajos realizados para IABC o para su Fundación de Investigación (IABC Research Foundation). Sin embargo, son admisibles en concurso los trabajos realizados para los capítulos, distritos o regiones de IABC.